

**PENGARUH ORIENTASI RELIGIUSITAS TERHADAP INTENSI
MEMBELI MAKANAN HALAL PADA MAHASIWA MUSLIM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

Wildan Aminatus Sholikhah

201310230311413

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2018

LEMBAR PENGESAHAN

1. Judul Skripsi : Pengaruh Orientasi Religiusitas Terhadap Intensi Membeli Makanan Halal Pada Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang
2. Nama Peneliti : Wildan Aminatus Sholikhah
3. NIM : 201310230311413
4. Fakultas : Psikologi
5. Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang
6. Waktu Penelitian : 03 Agustus – 21 Desember 2017
- Skripsi ini telah diuji oleh dewan penguji pada tanggal
Dewan Penguji
Ketua Penguji : Dr. Nida Hasanati, M.Si
Anggota Penguji : 1. Muhammad Shohib, S.Psi., M.Si
2. Dr. Djudiyah, M.Psi
3. Adiyatman P., M.Psi

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Nida Hasanati, M.Si

Muhammad Shohib, S.Psi., M.Si

Malang,
Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang

M. Salis Yuniardi, M.Psi., Ph.D

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Wildan Aminatus Sholikhah

Nim : 201310230311413

Fakultas/Jurusan : Psikologi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Malang

Menyatakan bahwa skripsi/karya ilmiah yang berjudul:

Pengaruh Orientasi Religiusitas Terhadap Intensi Membeli Makanan Halal pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang

1. Adalah bukan karya orang lain baik sebagian maupun keseluruhan kecuali dalam bentuk kutipan yang digunakan dalam naskah ini dan telah disebutkan sumbernya.
2. Hasil tulisan karya ilmiah/skripsi dari penelitian yang saya lakukan merupakan Hak bebas Royalti non eksklusif, apabila digunakan sebagai sumber pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia mendapat sanksi sesuai dengan undang-undan yang berlaku.

Mengetahui
Ketua Program Studi

Malang 17 Januari, 2018
Yang menyatakan

Siti Maimunah, S.Psi., MM., M.A

Wildan Aminatus Sholikhah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Orientasi Religiusitas terhadap Intensi Membeli Makanan Halal pada Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana psikologi di Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk serta bantuan yang bermanfaat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. M. Salis Yuniardi, M.Psi selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Nida Hasanati, M.Si selaku Pembimbing I dan Muhammad Shohib, S.Psi., M.Si selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Siti Maimunah, S.Psi., M.A selaku Ketua Program Pendidikan Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang dan Hudaniah, S.Psi., M.Si selaku dosen wali penulis yang telah mendukung dan memberi pengarahan sejak awal perkuliahan hingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu, Mulyo Sutono dan Sri Wahyuni yang selalu menyelipkan nama penulis dalam setiap doa-doanya. Hal ini merupakan kekuatan terbesar bagi penulis untuk terus memiliki motivasi dalam perkuliahan dan proses skripsi ini.
5. Saudari-saudariku tercinta, Dahniar Hurrur Aini dan M. Baharudin Noor F yang telah memberikan motivasi dan nasehat untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman Fakultas Psikologi khususnya angkatan 2013 kelas G yang berjuang bersama selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.
7. Responden dari Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan izin dan waktu untuk membantu pengumpulan data penulis dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari tiada satupun karya manusia yang sempurna, sehingga kritik dan saran demi perbaikan karya ini sangat penulis harapkan. Meski demikian, penulis berharap semoga ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan pembaca pada umumnya.

Malang 17 Januari, 2018
Penulis

Wildan Aminatus Sholikhah

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	vii
PENGARUH ORIENTASI RELIGIUSITAS TERHADAP INTENSI MEMBELI MAKANAN HALAL PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG.....	
Abstrak.....	1
Latar Belakang.....	1
Orientasi Religiusitas.....	6
Makanan Halal.....	7
Intensi Membeli Makanan Halal.....	7
Intensi Membeli Makanan Halal dan Orientasi Religiusitas.....	9
Kerangka Berfikir.....	12
METODE PENELITIAN.....	13
Rancangan Penelitian	13
Subjek Penelitian.....	13
Variabel dan Instrumen Penelitian	13
Prosedur dan Analisa Data	15
HASIL PENELITIAN.....	15
DISKUSI.....	19
KESIMPULAN DAN IMPLIKASI.....	23
REFERENSI	23

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Deistribusi Statistik Frekuensi berdasar data Demografis.....	15
Tabel 2. Nilai Rata-rata (Mean) dan Standar Deviasi	16
Tabel 3. Deistribusi Statistik Deskriptif berdasar data Demografis.....	16
Tabel 4. Klasifikasi Tingkatan Skor Penelitian	17
Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F).....	18
Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji T).....	18
Tabel 7. Nilai Koefisien Determinasi (R^2).....	18
Tabel 8. Nilai Koefisien Regresi.....	19



DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN 2

Lampiran 1. <i>Blue Print</i> Skala Intensi Membeli Makanan Halal	29
Lampiran 2. <i>Blue Print</i> Skala Orientasi Religiusitas.....	33
Lampiran 3. Validitas dan Reliabilitas.....	36
Lampiran 4. Hasil Analisa Data	39



PENGARUH ORIENTASI RELIGIUSITAS TERHADAP INTENSI MEMBELI MAKANAN HALAL PADA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Wildan Aminatus Sholikhah

Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang
w.aminatus_sholikhah21@gmail.com

Makanan Halal sedang menjadi sorotan karena memiliki nilai keuntungan yang terus naik. Mahasiswa adalah pelaku konsumsi terbesar dalam industri pasar halal. Namun perilaku Mahasiswa dalam mengkonsumsi makanan halal masih tergolong rendah. Religiusitas berperan penting dalam intensi membeli makanan halal. Tujuan dari penelitian ini adalah melihat pengaruh antara religiusitas ekstrinsik dan instrinsik terhadap intensi membeli makanan halal. Subjek yang digunakan sebanyak 350 orang dengan kategori usia 18-25 tahun. Analisa yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan ($F=67,62$; $P=0,00$) antara variabel religiusitas instrinsik dan ekstrinsik terhadap intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim dengan besar pengaruh sebanyak 28%. Religiusitas instrinsik memiliki pengaruh positif sedangkan religiusitas ekstrinsik memiliki pengaruh yang negatif.

Kata Kunci: Intensi membeli, Religiusitas, Instrinsik, Ekstrinsik, Makanan Halal,

Halal Food is in the spotlight because it has a value of profits that continue to rise. Students are the biggest consumption players in the halal market industry. But the behavior of students in consuming halal food is still relatively low. Religiosity plays an important role in purchasing halal food. The purpose of this study is to examine the effect of extrinsic and intrinsic religiosity on the intention of buying halal food. Subjects used as many as 350 people with age category 18-25 years. The analysis used is multiple regression. The result of this research shows that there is a significant ($F=67,62$; $P=0,00$) influence between intrinsic and extrinsic religiosity variables on the intention of buying halal food on Muslim students with the influence of 28%. Intrinsic religiosity has a positive influence whereas extrinsic religiosity has a negative effect .

Keywords: Purchase Intention, Religiosity, Extrinsic, Instrinsic, Halal Food

Setiap individu memerlukan makanan untuk memenuhi kebutuhan akan gizi dan nutrisi untuk menjalani setiap aktivitas sehari-hari. Menurut Siradjuddin (2013), makanan yang baik sangat terkait dengan pola perilaku konsumsi agar manusia selalu memperhatikan kandungan gizi yang mendukung kesehatan dan kelangsungan hidupnya. Makanan yang dimakan dapat berpengaruh terhadap pertumbuhan, perkembangan dan kesehatan. Lebih jauh makanan juga memiliki peran secara sosial, budaya, agama dan sejarah. Bagi beberapa agama, makanan memiliki nilai-nilai tertentu yang bermakna ritual dan ibadah, dimana konsumsinya diatur secara ketat .Sehingga perlu diperhatikan benar makanan akan yang dikonsumsi dan masuk ke tubuh (Quantaniah et al, 2013).

Isu-isu tentang kehalalan suatu produk makanan menjadi perhatian yang utama bagi kalangan konsumen muslim. Telah menjadi kewajiban bahwa umat muslim hanya boleh mengonsumsi makanan yang halal. Pengetahuan mengenai makanan halal atau tidak sangat penting bagi umat Islam dan berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Halal atau tidak merupakan suatu keamanan yang mendasar untuk umat Islam. Konsumen muslim cenderung memilih produk yang telah dinyatakan halal dibandingkan yang belum halal. Hal tersebut dikarenakan produk makanan yang sudah berlabel halal lebih aman dan terhindar dari bahan-bahan yang berbahaya (Sumarwan, 2011)

Sedangkan dalam agama Islam terdapat aturan dasar yang mempengaruhi bagaimana seorang muslim berperilaku sebagai konsumen (Sumarwan, 2011). Sehingga bagi konsumen muslim, agama ditetapkan sebagai faktor penting dalam menentukan perilaku konsumen seperti pembelian suatu barang atau niat konsumen dalam melakukan perilaku konsumen (Khalek et al 2015). Sedangkan pentingnya membeli makanan halal bagi seorang muslim selain karena perintah agama, juga mempunyai banyak manfaat baik secara pribadi dan sosial. Konsep halal dalam Islam memiliki beberapa tujuan yang spesifik, seperti dijelaskan oleh Talib et al (2010) yaitu, untuk menjaga kemurnian agama, mentalitas Islami dan melestarikan kehidupan, serta melindungi properti, dan generasi masa depan, juga untuk menjaga rasa hormat dan integritas diri. Sedangkan manfaat dengan mengonsumsi makanan halal menurut Kartubi (2013) adalah melahirkan kepribadian yang mulia, melahirkan generasi yang kuat dan cerdas, serta membantu terkabulnya doa.

Dewasa ini banyak sekali jenis-jenis makanan yang dijual dipasaran. Jenis-jenis makanan olahan, kemasan dan berbagai makanan ringan menjadi favorit banyak kalangan. Sayangnya tidak semua dari produk-produk makanan tersebut sudah bersertifikat halal. Pasar bebas dan globalisasi berefek pada perkembangan pasar makanan di Indonesia. Dampak positifnya adalah terdapat banyak variasi produk yang dapat dikonsumsi yang sesuai dengan kebutuhan dan kepribadian konsumen. Sedangkan dampak negatifnya adalah konsumen muslim harus hati-hati dalam membeli karena tidak semua yang dijual memenuhi kriteria halal dan prosedur pengolahan yang syar'i (sesuai ajaran agama). Terutama konsumen muslim dianjurkan untuk berhati-hati dalam membeli dan memilih makanan yang akan dikonsumsi.

Beberapa kasus tentang fenomena makanan halal pernah terjadi di Indonesia. Pada 2017 ditariknya sejumlah mie instan populer asal Korea oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) RI pertanggal 15 Juni 2017 dengan menerbitkan edaran kepada seluruh Balai POM se-Indonesia tentang penarikan produk karena adanya kandungan babi. Produk yang ditarik adalah Samyang, Mie Instan Shin Ramen Black dan Mie Instan Yeul Ramen dari Ottogi (Hukmas, 2017). Pada tahun 2015 berdasarkan klarifikasi MUI melalui laman halalmui.org (2015) menyatakan bahwa toko roti BreadTalk sudah tidak bersertifikat halal, ijin sertifikasi halalnya sudah dicabut dan belum diperpanjang. Hal ini sama dengan kasus pada toko roti J.Co yang sempat ramai dikalangan masyarakat, meskipun

tidak semua outlet sudah bersertifikat halal tapi pihak J.Co mengatakan semua bahannya tidak ada yang memakai bahan yang dilarang (Utami, 2015).

Mengenai isu halal dan haram, MUI pusat mengeluarkan artikel yang dimuat di portal halalmui.org bahwa sudah jelas bahan makanan halal dan haram serta tidak perlu disertifikasi, yang harus diwaspadai dan diberikan sertifikat halal adalah bahan-bahan yang syubhat (tidak jelas haram dan halal). Pada kenyataannya di Indonesia bahan yang sudah jelas kehalalannya tidak perlu disertifikasi halal, seperti sayuran segar, ikan dan lain lain. Dalam industri makanan yang awalnya halal bisa menjadi syubhat karena proses pengolahannya yang terkontaminasi bahan haram, sehingga perlu diperjelas status kehalalannya. Kejelasan halal dan tidak akan diperoleh dengan proses sertifikasi, kalau sudah ada label halal MUI maka pasti sudah tentu halal dan produk yang belum disertifikasi belum tentu haram, karena statusnya masih syubhat, yaitu tidak jelas haram atau halal dan perlu diwaspadai (Syamsu, 2016).

Besarnya populasi penduduk Indonesia, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2010, jumlah penduduk Muslim sebanyak 207 juta atau sebanyak 87,2%. Ini berarti ada peluang yang besar bagi pasar halal Indonesia untuk berkembang. Sedangkan menurut data CIA World Factbook (2013), muslim mewakili 22,74% dari populasi dunia dan sebanyak 264,03 jutanya berada di Asia Tenggara. Melihat peluang tersebut hendaknya Indonesia bisa memanfaatkan potensi pasar halal dengan maksimal. Apalagi selama berlangsungnya MEA, industri halal menjadi sektor yang mengalami peningkatan dengan pesat. Menurut data yang dihimpun oleh *State of The Global Islamic Economy Report* (2016), anggaran belanja muslim global untuk sektor makanan dan minuman halal diperkirakan sekitar \$ 1,17 triliun pada tahun 2015 dan akan meningkat sekitar \$ 1,9 triliun pada tahun 2021

Namun Indonesia kalah dengan Malaysia dengan pengurusan standar halal. Menurut BSN (Badan Standardisasi Nasional), jumlah produk yang berstandar halal di Indonesia hanya 20% sedangkan Malaysia sudah 90% makanan yang bersertifikat halal (Nurhajat, 2014). Selain itu banyaknya jenis makanan yang beredar bebas di pasaran dinilai sudah meresahkan, banyak label dan iklan yang tidak jujur tentang makanan berdampak buruk bagi kesehatan konsumen (Hasan, 2015). Menurut ketua LPPOM MUI, Lukman Hakim, banyak ditemukan label-label halal palsu yang sangat meresahkan (Alamsyah, 2015). Padahal pertanggal 11 Oktober 2017, pemerintah telah meresmikan BPJPH (Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal) yang mewajibkan semua produk harus sudah halal pada 2019 berdasar UU No. 33 Th. 2014. Padahal penggunaan halal yang jelas pada produk makanan dapat meningkatkan intensi membeli pada konsumen muslim. Label halal pada kemasan mengandung informasi seperti halal logo, bahan, dan nilai gizi. Label halal juga menandakan kualitas, keamanan, dan kebersihan produk (Latief et al, 2015).

Banyak manfaat yang didapat dengan melakukan pembelian makanan halal. Menurut Krishnan et al (2017), keuntungan dari membeli makanan halal adalah makanan halal memiliki kualitas yang baik sehingga bagus untuk kesehatan, aman

untuk dikonsumsi dan terjamin kebersihannya serta adanya jaminan terhadap perlindungan hewan. Makanan halal menjamin standar kebersihan dan kesehatan karena produksi dan prosesnya sudah diatur, aman dari bahan-bahan yang merugikan dan Islam mengajarkan cara penyembelihan hewan yang mempertimbangkan kesejahteraan hewan yang akan disembelih, sehingga menghasilkan kualitas makanan yang bagus. Sedangkan menurut peneliti bidang ekonomi Islam dari Wiratama Institute, Yudi Saputra, optimalisasi pengelolaan industri halal di dalam negeri mampu meningkatkan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) secara signifikan (Akbar, 2017).

Pada penelitian yang dilakukan pada konsumen muslim di Malaysia (Khaleq et al, 2015) antara usia 15–35 dalam keinginannya membeli barang halal adalah didominasi oleh sikap positif kaum muda muslim Malaysia dan kontrol perilaku mereka terhadap makanan halal. Konsumen muda penting dalam pasar halal karena mereka merupakan konsumen yang paling banyak jumlahnya dan lebih percaya diri dalam mengonsumsi pangan halal. Penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen muda dalam memilih makanan halal adalah sikap positif mereka terhadap makanan halal dan ketersediaan makanan halal, sedangkan norma subjektif tidak signifikan dalam penelitian ini.

Banyak penelitian membuktikan bahwa konsumen muda memiliki peran yang penting dalam meningkatkan pembelian makanan halal. Menurut Quantainiah et al (2013), gen millennial yang lahir pada tahun 1981–2000 (sekarang berada pada jenjang perguruan tinggi) merupakan segmen pelanggan utama untuk layanan makanan, tidak hanya untuk ukuran pasar tetapi karena kebiasaan pola hidup dan konsumsinya. Gen millennial ini menghabiskan lebih dari separuh uangnya untuk membeli makanan, baik secara *takeout*, *takeaway* atau hanya sekedar makanan ringan. Sedangkan menurut Annet, rentan usia 15 – 25 merupakan masa transisi menuju dewasa atau *emerging adult*. Beranjak dewasa atau *emerging adult* ditandai oleh adanya eksperimen dan eksplorasi. Pada titik ini banyak individu yang masih mengeksplorasi jalur karir yang mereka ingin mereka ambil, ingin menjadi individu seperti apa dan gaya hidup seperti apa yang mereka inginkan (Santrock, 2011). Usia-usia ini kalau di Indonesia paling banyak berada di jenjang perguruan tinggi atau yang berstatus sebagai mahasiswa.

Mahasiswa pada umumnya ingin mencoba setiap hal yang menarik bagi dirinya. Perilaku konsumsi pada mahasiswa masih didasari oleh keinginan untuk mencoba sesuatu yang baru dan bukannya berdasar pada kebutuhan. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho et al (2017) pada mahasiswa muslim di Malang menunjukkan hasil bahwa keinginan membeli pada mahasiswa lebih banyak didasari oleh keinginan untuk mencoba makanan baru daripada memperhatikan kehalalan produk tersebut. Nilai pengaruh untuk label halal terhadap intensi membeli hanya 13,3%. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Direktur Halal Corner, Aisha Maharni (Afif, 2016), bahwa perilaku masyarakat Indonesia dalam memilih, membeli, dan mengonsumsi produk halal masih rendah. Banyak konsumen muda muslim yang masih membeli makanan yg diragukan

kehalalannya. Kebanyakan mereka tidak memperhatikan kehalalan suatu produk makanan.

Banyak faktor yang mempengaruhi intensi membeli pada mahasiswa. Kotler & Kelle (2009) menyatakan bahwa intensi membeli dipengaruhi oleh berbagai faktor dan dalam pembelian produk konsumen akan mengarahkan pada fungsi dan manfaatnya. Seseorang dalam hidupnya pasti ada proses berfikir dan dipengaruhi juga oleh banyak faktor dari luar dan dalam dirinya, apalagi dalam keputusan pembelian suatu produk. Dijelaskan oleh Munandar (2011) bahwa intensi membeli, konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor dalam dirinya (kognitif, afektif, dan ciri kepribadian), juga oleh faktor-faktor diluar dirinya (kebudayaan, keluarga, agama, status sosial, kelompok acuan).

Penelitian terdahulu yang dilakukan untuk menyelidiki perilaku konsumen terkait intensi membeli terhadap produk halal dipengaruhi oleh adanya kesadaran halal, sertifikasi halal, promosi pemasaran dan merek. Kesadaran halal memainkan peran penting dalam penentu intensi membeli makanan halal. Sertifikasi halal memberikan pengakuan dan jaminan kualitas. Promosi mempengaruhi keinginan konsumen untuk membeli karena promosi memainkan peran penting dalam membujuk dan mendorong konsumen untuk membeli. Sedangkan merek produk juga mempengaruhi intensi membeli makanan halal yang berarti merek merupakan penentu penting dalam intensi membeli. Sayangnya kualitas makanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan dan ini berarti penelitian ini hanya menguji persepsi umum bukannya kualitas yang terkait dengan produk (Aziz & Chok, 2015)

Selain itu pengetahuan dan pasokan barang halal juga mempengaruhi intensi membeli barang halal. Penelitian ini menguji pengaruh rantai pasokan halal terhadap intensi membeli makanan halal pada muslim dan non muslim di Malaysia. Rantai pasokan termasuk didalamnya pengetahuan, proses pemoyongan, penanganan dan penyimpanan, kemasan halal, logistik dan retail halal. Pengetahuan memiliki pengaruh yang langsung terhadap intensi membeli makanan halal. Dengan meningkatnya kesadaran dan pengetahuan konsumen muslim makan intensi untuk membeli makanan halal akan meningkat pula. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim menaruh banyak perhatian besar terhadap produksi pemasaran halal (Yusuf et al, 2015).

Penelitian yang dilakukan di Perlis, Malaysia oleh Afzaini et al (2014) menyebutkan bahwa adanya keterkaitan antara sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilaku terhadap intensi membeli produk halal. Survei dilakukan pada 100 responden yang secara acak di beberapa supermarket di dekat Perlis. Sikap merupakan faktor penting dalam mempengaruhi niat konsumen dalam membeli produk Halal karena mereka yang memiliki sikap positif tinggi tampaknya memiliki niat lebih besar untuk membeli produk Halal. Tekanan sosial dapat memberi kompensasi terhadap sikap positif yang tinggi dalam membangun niat untuk membeli produk halal dalam budaya yang agamis.

Borzooei & Asgari (2013) menjelaskan religiusitas menunjukkan sistem iman pada gaya konsumsi dan pengambilan keputusan. Sehingga dalam pembelian, niat yang kuat dapat mendorong terjadinya perilaku apalagi didasari oleh komitmen religi dalam dirinya. Individu yang taat akan mengikuti segala prinsip agama dan berkomitmen untuk mematuhi perintah, sedangkan individu yang lemah ketaatannya akan cenderung bertingkah laku bebas dan sesuka hati mereka. Sedangkan religiusitas yang dimiliki seseorang dapat mencegah pembelian makanan impor dan meningkatkan pembelian makanan halal. Dalam penelitian yang dilakukan di Banglades (Haque et al, 2013) pada 260 responden yang tersebar di 2 kota besar (Dakka dan Chittagon), ternyata pengaruh religiusitas memberikan efek negatif yang signifikan terhadap niat membeli produk asing. Faktor yang diteliti dalam niat membeli produk asing adalah citra merek, kualitas produk dan religiusitas.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zakaria et al (2016) intensi membeli makanan halal pada konsumen muslim dipengaruhi oleh kesadaran halal konsumen, pemasaran dan religiusitas. Variabel religiusitas memiliki pengaruh yang dominan dalam pembentukan intensi membeli makanan halal. dalam penelitian ini religiusitas yang dimiliki oleh konsumen memiliki pengaruh tunggal dalam pembentukan sikap konsumen terhadap intensi pembelian makanan halal. kesadaran halal tidak cukup efektif untuk mendorong pembelian makanan halal. Peningkatan pengetahuan diharapkan mampu untuk meningkatkan kesadaran halal pada konsumen muslim. Sedangkan Penelitian yang dilakukan oleh Shaari dan Arifin (2009) adalah bertujuan untuk melakukan penelitian tentang dimensi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi intensi membeli makanan halal. penelitian dilakukan di Serawak, Malaysia dengan 135 responden muslim. Faktor-faktor yang mempengaruhi adalah marketing halal, sertifikasi halal, kesadaran dan religiusitas.

Sehingga berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk meneliti intensi membeli produk halal pada mahasiswa muslim. Perilaku seseorang dalam kaitannya dengan perilaku mengkonsumsi suatu barang dapat diramalakan. Peramalan perilaku pembelian konsumen adalah suatu masalah pengukuran intensi tepat sebelum mereka melakukan pembelian. Sedangkan membeli makanan halal wajib bagi muslim. Agama berperan penting dalam perilaku pembelian seorang muslim. Sehingga penting untuk diteliti religiusitas yang mana yang berperan dalam intensi membeli makanan halal

Penelitian tentang intensi membeli makanan halal pada mahasiswa penting untuk dilakukan, karena mahasiswa adalah pelaku konsumsi terbesar dalam industri pasar halal. Sekarang potensi pasar halal sedang menjadi sorotan, diperkirakan nilai keuntungannya naik setiap tahunnya. Masalah makanan halal dan masih menjadi polemik. Masih banyak label halal palsu yang beredar rendahnya kesadaran akan membeli makanan halal pada masyarakat Indonesia. Selain itu, Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penggunaan skala penelitian variabel orientasi religiusitas yang sudah sesuai untuk subjek beragama Islam. Penelitian-penelitian sebelumnya, untuk skala religiusitas banyak menggunakan

adaptasi dari skala yang didasarkan untuk subjek beragama Kristen. Skala yang sudah sesuai dengan subjek tidak akan menimbulkan bias dalam penelitian.

Pembatasan permasalahan dalam penelitian ini adalah hanya terfokus pada intensi seseorang dalam pembelian makanan halal yang dipengaruhi oleh orientasi religiusitas, yaitu ekstrinsik dan instrinsiknya. Sedangkan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh orientasi religiusitas ekstrinsik dan instrinsik terhadap intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang. Manfaat dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan terkait pengaruh orientasi religiusitas terhadap intensi membeli makanan halal baik untuk memperkaya penelitian di bidang psikologi konsumen juga penting bagi konsumen muslim dan pemasar

Orientasi Religiusitas

Menurut Mokhlis dan Sparts, Agama adalah inti dari kebudayaan yang memberikan sistem moral individu dan struktur etika di masyarakat. Komitmen religius atau sering disebut dengan religiusitas mampu mempengaruhi individu secara kognitif dan perilaku. Religiusitas memiliki komponen yang memainkan peran yang sama penting terhadap kehidupan orang yang beragama. (Borzooei dan Asgari, 2013). Matthews (Darvyri, 2014) mendefinisikan agama sebagai sistem keyakinan, praktik dan simbol yang terorganisir, yang ditunjuk untuk memungkinkan kedekatan dengan Tuhan. Menurut Yousef et al (2011), salah satu mengukur agama adalah dengan mengukur religisitasnya. Glok dan Starck, menjelaskan bahwa religiusitas adalah seberapa banyak pemahaman seseorang mengenai pengetahuan dan sedalam apa keyakinan yang dimiliki mengenai agama tersebut. Selain itu, religiusitas melihat ketekunan beribadah yang dijalankan oleh individu dalam menghayati serta mengaplikasikan aturan agama yang dianutnya dalam kehidupan sehari-hari (Ancok & Suroso, 2005).

Levin dan Schiller (Darvyri, 2014) mendefinisikan agama sebagai "tingkat keterlibatan seseorang dan kepentingan pribadi yang melekat ke sistem keyakinan, praktik dan simbol-simbol yang menyangkut Ketuhanan. Menurut Yousef et al (2011), salah satu mengukur agama adalah dengan mengukur religisitasnya. Menurut model Hunt-Vitell (Yousef et al, 2011), religiusitas adalah salah satu elemen pribadi utama yang melekat pada karakter manusia. Identitas diri religius berimbas pada tingkah laku, dan ini dibentuk oleh harapan peran yang ditawarkan dan didefinisikan oleh agama.

Agama telah dianggap sebagai topik yang tabu dan terlalu sensitif untuk diajukan sebagai bahan penelitian karena potensi pelanggaran yang tidak disengaja dan oleh perlindungan hukum yang diberikan atas dasar kebebasan HAM dan beragama (Newaz at all, 2016). Penelitian tentang agama memicu motivasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dampak agama terhadap perilaku konsumen. Religiusitas lebih berperan daripada agama dalam pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi. Religiusitas adalah salah satu variabel

yang menonjol untuk memahami niat pembelian produk-produk Islami (Mukhtar dan Butt, 2012).

Menurut Allport dan Ross (1967) orientasi religiusitas mengukur motivasi individu dalam mengikuti agamanya. Pendekatan seseorang dalam mengikuti agama dapat dibedakan menjadi ekstrinsik dan instrinsik. Individu yang memiliki orientasi religiusitas instrinsik digambarkan bahwa agama menjadi tujuan hidup mereka, sikap dan perilaku yang ditunjukkan akan selaras dengan ajaran agama serta memiliki komitmen yang tinggi terhadap ajaran agama. Sedangkan individu dengan orientasi ekstrinsik, agama bukanlah motivasi utama bagi individu, agama digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi dan sosial, prinsip-prinsip agama disesuaikan dengan selektif agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Menurut Allport dan Ross (1967), Individu dengan orientasi religiusitas ekstrinsik yaitu individu yang cenderung menggunakan agama untuk tujuan mereka sendiri. Individu dengan menganggap agama berguna dalam berbagai cara: untuk memberikan keamanan dan penghiburan, kelonggaran dan gangguan, status dan pembenaran diri. Keimanan dipeluk dan dipelihara dengan ringan atau dibentuk secara lain agar sesuai dengan kebutuhan primer lainnya. Dalam istilah teologi, tipe ekstrinsik beralih ke Tuhan, tapi tanpa berpaling dari diri sendiri. Sedangkan individu dengan religiusitas intrinsik, yaitu individu menemukan motif utama mereka dalam agama. Kebutuhan lain, sekuat mungkin, dianggap kurang penting, dan sejauh ini dimungkinkan, disatukan dengan keyakinan dan resep religius. Setelah menemukan keimanan, usaha individu untuk menginternalisasi dan mengikutinya secara penuh. Ini adalah perasaan bahwa dia menjalankan agamanya secara total.

Makanan Halal

Makanan Halal menurut Departemen Agama dalam Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia No. 518 Tahun 2001 adalah makanan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram atau dilarang untuk dikonsumsi umat Islam, dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Pemeriksaan makanan halal meliputi pemeriksaan tentang keadaan dan tambahan dan bahan penolong serta proses produksi, personalia dan peralatan produksi, sistem manajemen halal, dan hal-hal lain yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan kegiatan produksi pangan halal. Sedangkan penetapan makanan halal adalah menetapkan status hukum dari hasil pemeriksaan sesuai dengan hukum Islam dengan ditandai adanya sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh LPPOM MUI.

Standar Halal MUI mengenai makanan halal adalah: 1) Tidak mengandung babi atau produk-produk olahan yang berasal dari babi serta tidak menggunakan alkohol sebagai bahan yang sengaja ditambahkan. 2) Daging yang digunakan berasal dari hewan halal yang telah disembelih menurut tata cara syariah Islam. 3) Semua bentuk minuman tidak mengandung alkohol. 4) Semua tempat, tempat penjualan, pengolahan, tempat pengolahan dan tempat transportasi tidak digunakan untuk babi atau barang tidak halal lainnya, tempat tersebut harus lebih dahulu dibersihkan dengan tata cara yang teratur menurut syariah Islam

Intensi Membeli Makanan Halal

Menurut Dayakisni dan Hudaniah (2001), Intensi adalah niat seseorang untuk melakukan aktivitas tertentu. Fishbein dan Ajzen (1975) mendefinisikan intensi berperilaku sebagai suatu kemungkinan subjektif yang melibatkan hubungan antara individu dengan perilakunya, dimana kemungkinan subjektif ini mengarahkan individu untuk berperilaku. Ajzen (2006) mengatakan bahwa intensi merupakan indikasi kesiapan seseorang dalam melakukan suatu perilaku tertentu, dan ini dianggap sebagai anteseden langsung dari perilaku. Dengan demikian, menurut pendapat Djameludin Ancok, (1986) pada dasarnya intensi berkaitan erat dengan pengetahuan (belief) seseorang terhadap suatu hal, sikap (attitude) nya pada hal itu, serta dengan perilaku itu sendiri sebagai perwujudan nyata dari intensinya (Dayakisni & Hudaniah, 2006)

Untuk mengukur intensi, menurut Azjen (2005) dalam model teori perilaku berencana, yaitu intensi ditentukan oleh tiga aspek, yaitu : 1) Sikap terhadap Perilaku, yaitu aspek ini menghubungkan ketertarikan berperilaku dengan hasil yang diharapkan dan ditentukan oleh sikap terhadap perilaku. Sikap terhadap perilaku adalah keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa kepada hasil yang diinginkan atau tidak diinginkan. 2) Norma Subjektif, yaitu mengacu pada keyakinan mengenai perilaku apa yang bersifat normatif (yang diharapkan orang lain) dan motivasi untuk bertindak sesuai dengan harapan normatif tersebut akan membentuk norma subjektif dalam individu. 3) Kontrol Perilaku yang dipersepsikan, yaitu berhubungan dengan keyakinan tentang ada atau tidaknya faktor-faktor yang memfasilitasi dan menghalangi munculnya perilaku individu dan ini ditentukan oleh kontrol perilaku yang disadari. Kontrol perilaku yang disadari mengacu pada persepsi tentang kemampuan mereka dalam melakukan perilaku tersebut

Menurut Fishbein & Ajzen, intensi memiliki empat aspek, yaitu 1) *Behavior* (Perilaku) merupakan perilaku yang spesifik (khusus) yang nantinya akan diwujudkan secara nyata. 2) *Target* (Sasaran) merupakan sasaran yang akan dituju oleh perilaku. 3) *Situation* (Situasi), yaitu dalam situasi bagaimana perilaku itu diwujudkan. Dalam hal ini situasi dapat diartikan lokasi atau situasi suasana. 4) *Time* (Waktu), yaitu menyangkut kapan suatu perilaku akan diwujudkan. Waktu ini dibagi atas: periode waktu yang telah tertentu dan periode waktu yang tak dibatasi. Sehingga Intensi lebih bersifat spesifik dan memiliki “kesegaran” atau “kesiapan”, dalam arti sebagai predisposisi seseorang yang mengarah keterwujudnya perilaku. Berdasarkan kekhususan intensi tersebut, Fishbein dan Azjen berani menyatakan bahwa intensi lebih jitu untuk digunakan sebagai prediktor terwujudnya perilaku yang spesifik (Dayaksini & Hudaniah, 2015).

Intensi membeli dapat digunakan sebagai prediktor perilaku pembelian. Peter dan Olson (2012) menjelaskan bahwa menurut teori perilaku beralasan, intensi perilaku merupakan proporsi yang menghubungkan diri sendiri dan perilaku di masa mendatang. Intensi berperilaku muncul dari proses pemilihan secara sadar atas satu perilaku berdasar konsekuensi yang paling diharapkan. Sikap terhadap

perilaku merefleksikan keseluruhan evaluasi konsumen atau perilaku yang dilakukan (mengukur kekuatan keyakinan dan evaluasi atas konsekuensi perilaku). Sedangkan norma subjektif merefleksikan persepsi konsumen atas perilaku yang disukai orang lain, dimana kepercayaan normatif konsumen menonjol terkait “saya melakukan yang diinginkan orang lain” dan motivasi untuk melakukan ekspektasi tersebut.

Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa proses pembelian dimulai dari proses: 1) Pengenalan Masalah, yaitu konsumen menyadari adanya suatu kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan eksternal dan internal, misalnya rasa lapar dan haus. 2) Pencarian Informasi, yaitu konsumen mencari informasi yang terbatas untuk dipelajari, bisa dari sumber pribadi, komersial, publik atau eksperimental. 3) Evaluasi Alternatif, yaitu konsumen akan memproses informasi dan melakukan penilaian, dimana dalam tahap ini konsumen membentuk preferensi untuk menentukan pilihan. Jika konsumen telah memutuskan alternatif, maka konsumen akan melakukan pembelian 4) Keputusan Pembelian, yaitu konsumen telah memutuskan untuk melakukan pembelian berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan. 5) Perilaku Pasca Pembelian, yaitu setelah pembelian konsumen akan menentukan apakah pembelian yang dilakukan memuaskan atau tidak.

Pengaruh Orientasi Religiusitas terhadap Intensi Membeli Makanan Halal

Menurut Mokhlis & Spartus (Borzooei & Asgari, 2013), agama adalah inti dari kebudayaan yang membentuk sistem moral individu dan struktur etika masyarakat sehingga komitmen religius atau sering disebut sebagai religiusitas mampu mempengaruhi individu secara kognitif dan perilaku. Komitmen religius terbentuk dari faktor intrapersonal (internal) dan faktor interpersonal (eksternal) yang sama-sama memainkan peran kehidupan individu yang beriman. Individu yang taat akan mengikuti segala prinsip agama dan berkomitmen, sedangkan individu yang lemah ketaatannya akan cenderung bertindak laku bebas dan sesuka hati mereka.

Penelitian tentang agama memicu motivasi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang dampak agama terhadap perilaku konsumen. Religiusitas lebih berperan daripada agama dalam pengaruhnya terhadap pembentukan sikap dan ini berkaitan dengan mengapa orang melakukan perilaku konsumsi. Religiusitas adalah salah satu variabel yang menonjol untuk memahami niat pembelian produk syariah (Mukhtar dan Butt, 2012). Alasannya adalah karena agama merupakan motivasi yang utama bagi umat muslim untuk memilih produk yang sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya serta sesuai dengan nilai-nilai Islam (Sumarwan, 2011).

Religiusitas tercermin melalui sikap dan perilaku individu, dimana posisi agama mempengaruhi perilaku. Perilaku seseorang ini bergantung pada tingkat religiusitas individu dan kepentingan yang dimilikinya (Newaz, Fam dan Sharma, 2016). Individu yang lebih religius cenderung menyesuaikan perilaku mereka dengan tujuan dan hukum agama mereka. Mereka yang memiliki religiusitas yang kuat terhadap agamanya secara sikap dan perilaku akan konsisten dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan agama mereka. Oleh karena itu

religiusitas mempengaruhi keinginan dan ketidaksukaan konsumen muslim dalam mempertimbangkan untuk membeli atau tidak membeli jika dirasa produk tersebut tidak sesuai atau melanggar ajaran agama atau syariat (Nora & Minarti, 2016).

Agama berperan penting dalam mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen muslim karena sifat manusia, yaitu sikap dan perilakunya yang berdasarkan pada kepercayaan agama mereka. Religiusitas mewakili tingkat ketaatan dalam menjalankan agama. Religiusitas yang berada dalam diri seseorang akan menjadi bagian yang penting dan memiliki dampak yang kuat terhadap terbentuknya sikap dan perilaku yang mana berperan dalam timbulnya keinginan untuk melakukan pembelian makanan yang sesuai dengan agama yaitu makanan halal (Shaari dan Arifin, 2009)

Secara umum individu yang religius adalah yang mematuhi ajaran agamanya. Individu yang religius biasanya mempunyai banyak ilmu agama. Individu yang religius tahu banyak perhitungan pahala dan dosa. Sehingga dia melakukan perbuatan yang banyak pahalanya, karena memperoleh pahala pasti akan bermanfaat dan baik bagi individu, namun bila besar dosanya, itu menandakan sesuatu yang buruk. Sehingga dalam membeli makanan, konsumen muslim yang religius cenderung membeli makanan yang halal yang sesuai dengan ajaran agamanya untuk menghindari berbagai kemungkinan yang tidak diinginkan. Agama didirikan sebagai faktor yang penting dalam penentuan pembelian makanan. Pengaruh agama terhadap konsumsi makanan sangat erat kaitannya dengan ajaran agama dan interpretasi masyarakat. Secara positif religiusitas dan pendidikan terkait dengan kesadaran kalangan umat muslim untuk selalu mengkonsumsi makanan halal. Peran religiusitas pada diri seseorang mempengaruhi timbulnya intensi membeli umat muslim untuk memilih makanan halal (Khaled et al, 2015)

Orientasi Religiusitas pada diri individu dibedakan menjadi 2 menurut Allport dan Ross (1967), yaitu orientasi religiusitas instrinsik dan ekstrinsik. orientasi religiusitas mengukur motivasi individu dalam mengikuti agamanya. Pendekatan seseorang dalam mengikuti agama dapat dibedakan menjadi ekstrinsik dan instrinsik. Individu yang memiliki orientasi religiusitas instrinsik digambarkan bahwa agama menjadi tujuan hidup mereka, sikap dan perilaku yang ditunjukkan akan selaras dengan ajaran agama serta memiliki komitmen yang tinggi terhadap ajaran agama. Sedangkan individu dengan orientasi ekstrinsik, agama bukanlah motivasi utama bagi individu, agama digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi dan sosial, prinsip-prinsip agama disesuaikan dengan selektif agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Seorang dengan religiusitas instrinsik yang tinggi akan mencari makanan yang sesuai dengan anjuran agamanya dan mengupayakannya agar pembelian makanan tersebut mendapatkan pahala. Sedangkan individu yang memiliki religiusitas ekstrinsik akan membeli makanan yang dianjurkan agama tetapi dalam pencariannya lebih longgar dan tidak terlalu detail, ketika makanan yang dibeli dirasa sudah halal maka dia akan membelinya. Makanan bagi konsumen yg memiliki religiusitas ekstrinsik adalah sebagai pemenuhan dorongan untuk makan,

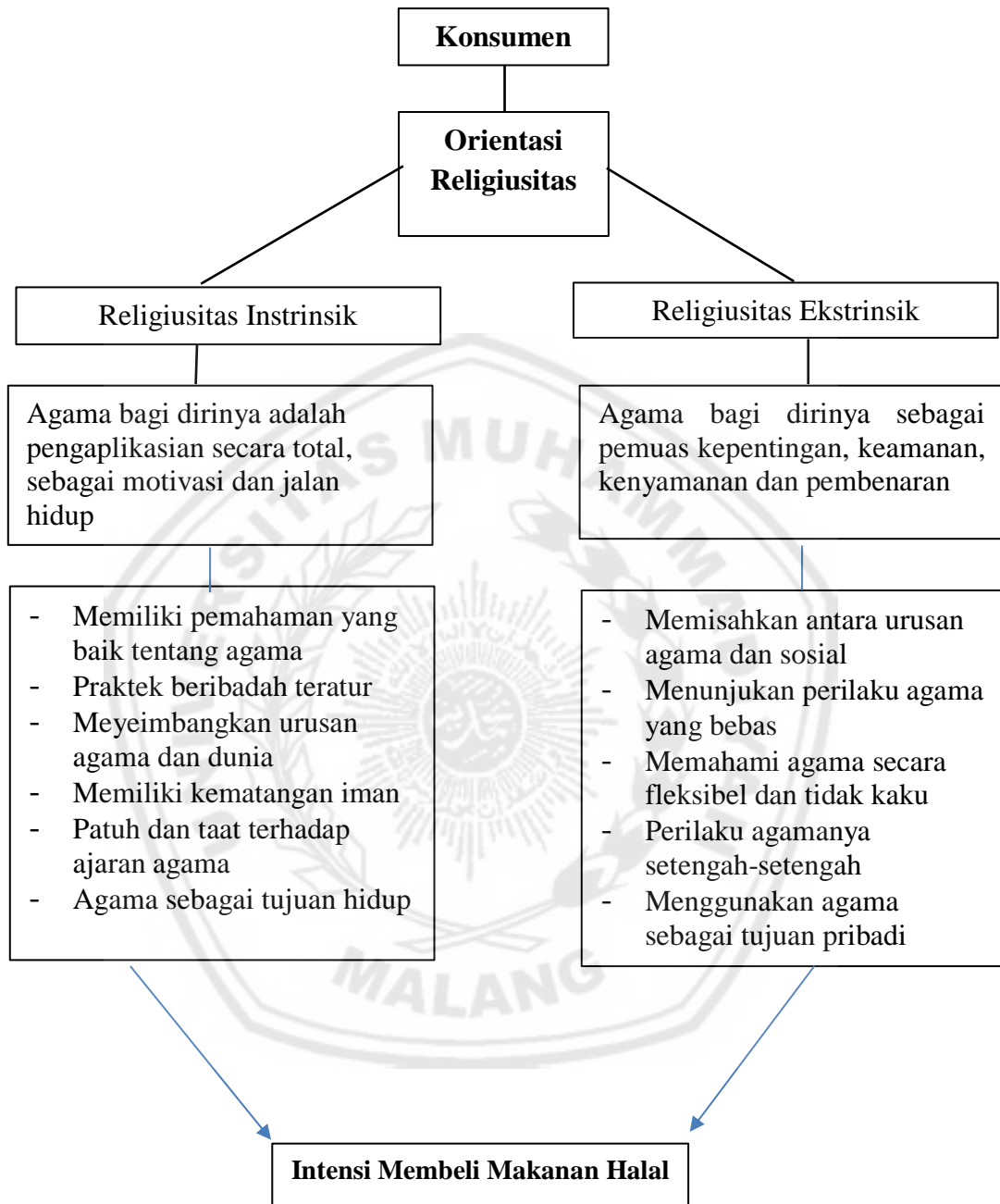
sedang konsumen yang memiliki religiusitas instrinsik mengonsumsi makanan adalah untuk beribadah kepada Tuhan. Individu yang lebih religius cenderung menyesuaikan perilaku mereka dengan tujuan dan hukum agama mereka. Mereka yang memiliki religiusitas yang kuat terhadap agamanya secara sikap dan perilaku akan konsisten dalam pengambilan keputusan yang sesuai dengan agama mereka. Oleh karena itu menurut pendapat, religiusitas mempengaruhi keinginan dan ketidaksukaan konsumen muslim dalam mempertimbangkan untuk membeli atau tidak membeli jika dirasa produk tersebut tidak sesuai atau melanggar ajaran agama atau syariat (Nora & Minarti, 2016).

Menurut model teori aksi beralasan (Petter dan Olson, 2013), konsumen diasumsikan secara sadar mempertimbangkan konsekuensi perilaku alternatif dan memilih salah satu perilaku tersebut berdasarkan konsekuensi yang paling diharapkan. Hasil pilihan yang didasarkan pertimbangan tersebut adalah intensi melakukan perilaku yang dipilih. Sehingga intensi berperilaku tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memprediksi perilaku. Pada rencana pembelian makanan halal, niat (*intention behavior*) diasumsikan sebagai keinginan untuk membeli makanan halal yang ditentukan oleh adanya kepercayaan bahwa membeli makanan halal memberikan hasil-hasil yang diinginkan dan menguntungkan (*attitude toward behavior*) serta pilihan membeli makanan halal tidak menimbulkan pertentangan dari kelompok sosial atau acuan (*subjective norms*).

Orang yang religius bisa saja tidak selalu membeli makanan yang berlabel halal. Seorang yang religius memiliki sikap yang positif dan norma subjektif yang membuatnya berkeinginan membeli makanan halal, akan tetapi perilaku membeli tersebut tidak bisa terwujud karena adanya faktor situasional yang tidak dapat dihindari yang menyebabkan niat untuk membeli tidak terwujud. Faktor-faktor tak terduga itu bisa seperti ada makanan tetapi tidak ada label halal, ada makanan halal tetapi kondisi saat itu tidak memungkinkan untuk membeli, misalnya tidak membawa uang, atau keadaan lainnya. Keyakinan-keyakinan tentang kemudahan dan kesusahan dalam menampilkan perilaku tersebut akan mempengaruhi niat dalam membeli makanan halal. Sehingga dalam model teori perilaku berencana, Fishbein dan Azjen (Sumarwan, 2011) menambahkan kontrol perilaku (*perceived behavioral control*) sebagai faktor tambahan, yaitu keyakinan seseorang tentang sejauh mana taraf kemudahan atau kesulit dalam mewujudkan perilaku.

Borzooei & Asgari (2013) menjelaskan dalam penelitiannya bahwa untuk memahami perilaku konsumen, pemasar harus mencoba menemukan seberapa kuat religiusitas dan keanggotaan dalam kelompok beragama karena religiusitas menunjukkan sistem iman pada gaya konsumsinya dan pengambilan keputusan. Sehingga dalam pembelian, niat yang kuat dapat mendorong terjadinya perilaku apalagi didasari oleh komitmen religi dalam dirinya. Religiusitas adalah penghayatan agama seseorang yang menyangkut simbol, keyakinan, nilai dan perilaku yang didorong oleh kekuatan spiritual. Religiusitas adalah tingkat komitmen individu terhadap kelompok tertentu (Newaz et al, 2016).

Kerangka Berfikir



Hipotesis :

H1 : Religiusitas Instrinsik mempengaruhi Intensi membeli makanan halal

H1 : Religiusitas Ekstrinsik mempengaruhi Intensi membeli makanan halal

METODELOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian yang akan peneliti lakukan adalah jenis penelitian kuantitatif dengan desain penelitian korelasional kausal. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini akan melihat hubungan antara variabel yang diteliti bersifat sebab-akibat (kausal), sehingga dalam penelitian ini ada variabel dependen (Y) dan independen (X). Analisis yang akan digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda akan menguji seberapa nyata hubungan antara variabel-variabel independen terhadap variabel dependen (Santoso, 2006). Sedangkan pengujiannya menggunakan bantuan aplikasi SPSS IBM 21.

Subjek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah semua mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang yang sedang menempuh pendidikan Srata 1 (S1) yang beragama Islam. Sampel akan diambil dari masing-masing fakultas. Menurut data dari website umm.ac.id (2017) jumlah total mahasiswa aktif pada tahun 2017 adalah 30.000 mahasiswa yang tersebar di 10 fakultas. Kategori usia subjek yang akan diambil untuk penelitian adalah usia 18-25 tahun.

Teknik sampling yang akan digunakan adalah menggunakan Teknik Sampling Isidental. Teknik sampling ini merupakan penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui dan dirasa cocok sebagai sampel. Penentuan jumlah sampel dalam populasi penelitian menggunakan tabel milik *Isaac dan Michael* dengan taraf kesalahan 5%, yaitu untuk populasi yang berjumlah 30.000 orang maka jumlah anggota sampelnya adalah 350 orang (Sugiyono, 2014).

Variabel dan Instrumen Penelitian

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah intensi membeli makanan halal. Intensi membeli makanan halal adalah niat atau keinginan individu untuk membeli makanan halal yang sudah berlabel halal yang didasari oleh sikap individu terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dipersepsikan.

Variabel bebas yang digunakan adalah variabel Orientasi Religiusitas, dimana dalam penelitian ini dibagi menjadi 2, yaitu variabel religiusitas ekstrinsik dan religiusitas instrinsik. Religiusitas Instrinsik adalah orientasi keagamaan seseorang yang mengacu pada iman dalam dirinya yang mengaplikasikan ajaran agama dalam kehidupannya secara total. Sedangkan religiusitas ekstrinsik adalah

orientasi keagamaan seseorang yang mengacu pada perilaku agamanya mengacu pada tujuan-tujuan sosial dan pribadi yang diharapkan.

Instrumen intensi membeli makanan halal yang dikembangkan sendiri oleh peneliti dari 3 aspek intensi milik Fishbein dan Azjen (1975), yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku dengan jumlah 19 item dengan rincian 9 item *favorable* dan 10 item *unfavorable*. Sedangkan untuk orientasi religiusitas diadaptasi dari skala Malaysia ROS-R (Khamaludin, 2017), yaitu skala ROS-R (Religiosity Orientation Scale-Revised) milik Gorsuch dan MacPherson dari skala aslinya milik Allport dan Ross (1967). Skala ini terdiri dari 8 item aspek religiusitas instrinsik dan 6 item aspek religiusitas ekstrinsik. Semua item dalam skala Malaysia ROS-R merupakan item *favorabel*.

Data hasil *tryout* instrumen intensi membeli makanan halal mempunyai hasil item yang awalnya berjumlah 36 item, gugur 17 item dan menghasilkan item valid sebanyak 19 item. Indeks validitasnya 0,322 - 0,634 dan nilai reliabilitasnya 0,854. Sedangkan untuk orientasi religiusitas mempunyai hasil item yang valid berjumlah 14 item, gugur sebanyak 4 item dan tersisa item valid sebanyak 10 item. Indeks validitasnya untuk religiusitas instrinsik adalah 0,364 - 0,508 dan nilai reliabilitasnya 0,725. Sedangkan indeks validitasnya untuk religiusitas ekstrinsik adalah 0,489 - 0,594 dan nilai reliabilitasnya 0,730. Item dikatakan valid dalam penelitian ini jika indeks validitas diatas 0,3 (Sugiyono, 2017).

Skala yang digunakan adalah model skala likert. Skala likert yang digunakan dalam penelitian ini adalah untuk mengukur intensi membeli dan religiusitas. Skala *likert* terdiri atas empat pilihan pernyataan yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan Sangat tidak setuju (STS). Penyusunan item skala *likert* dibedakan berdasarkan item yang positif (*favourable*) dan item yang negatif (*unfavourable*).

Prosedur dan Analisa Data

Prosedur yang dilakukan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga, yaitu persiapan, pelaksanaan dan analisis data. Pada tahap persiapan, peneliti terlebih dahulu menemukan fenomena, menemukan masalah, mengkaji teori-teori yang relevan dan menyusun proposal. Setelah penyesunan proposal dilanjutkan dengan seminar proposal dan dilanjutkan dengan tryout alat ukur penelitian. Pada penelitian ini alat ukur yang digunakan adalah skala intensi membeli makanan halal dan orientasi religiusitas. Skala yang ada lalu di try out kan dan ditemukan validitas dan reliabilitas yang baru. Setelah itu dilanjutkan pada tahap pelaksanaan, yaitu turun lapang mengambil data penelitian di lapangan. Pengambilan data penelitian dilakukan pada 350 mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang. Setelah melakukan pengambilan data, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah tahap analisis data. Tahap ini peneliti melakukan koding, skoring dan input data terlebih dahulu di excel, setelahnya data dianalisis menggunakan bantuan aplikasi SPSS IMB 21. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil dari uji analisis nantinya akan ditarik kesimpulan dan interpretasi.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Muslim Universitas Muhammadiyah Malang dengan jumlah subjek 350 orang. Hasil data deskripsi subjek penelitian sebagai berikut:

Tabel.1 Distribusi Statistik Frekuensi Data Demografis

Kategori		Frekuensi	Prosentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	133	38%
	Perempuan	217	62%
	Total	350	100%
Usia	18-20 tahun	222	63,4%
	21-25 tahun	128	36,6%
	Total	350	100%
Uang Saku dalam 1 bulan	<1jt	119	34%
	1jt – 2 jt	203	58%
	>2jt	28	8%
	Total	350	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persebaran demografis dari subjek penelitian. Persebaran subjek berdasarkan jenis kelamin lebih didominasi oleh subjek perempuan dengan jumlah 217 orang (62%). Sedangkan kategori usia, subjek dengan usia 18-20 paling banyak dengan jumlah 222 orang (63%). Kemudian, berdasarkan banyaknya jumlah uang saku dalam satu bulan, sebanyak 203 subjek (58%) memiliki uang saku antara 1 juta sampai 2 juta dan menjadi yang paling banyak jumlahnya. Jumlah total dari semua subjek 350 orang (100%)

Tabel. 2 Nilai Rata-rata (Mean) dan Standar Deviasi Variabel

Kategori	Intensi Membeli Makanan Halal				Orientasi Religiusitas		
	ATB	SN	PCB	Total	RI	RE	Total
Mean	18,09	24,63	23,78	66,51	24,98	7,13	32,11
Standar Deviasi	1,864	2,422	2,476	5,537	2,805	1,687	3,329

Tabel. 2 Menjelaskan tentang nilai *mean* (rata-rata) dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Total dari keseluruhan nilai rata-rata (*mean*) dari variabel Intensi membeli Makanan Halal adalah 66,51 dengan standar deviasi 2,476. Sedangkan untuk variabel Orientasi Religiusitas memiliki nilai rata-rata (*mean*) 32,11 dengan standar deviasi 32,11. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa untuk variabel Intensi Membeli Makanan Halal, aspek yang mendominasi adalah aspek *Subjective Norms* (SN) atau norma subjektif dengan nilai rata-rata (*mean*) 24,63 dan standar deviasinya 2,422. Sedangkan untuk variabel Orientasi religiusitas, aspek yang dominan adalah Religiusitas Instrinsik (RI) dengan nilai rata-rata (*mean*) 24,98 dan standar deviasi 2,805.

Tabel.3 Distribusi Statistik Deskriptif berdasarkan Data Demografis

Kategori		Intensi Membeli Makanan Halal			Orientasi Religiusitas		
		N	Mean	SD	N	Mean	SD
Jenis kelamin	Laki-laki	133	65,84	5,76	133	32,19	3,37
	Perempuan	217	66,91	5,36	217	32,06	3,30
	Total	350	66,51	5,53	350	32,11	3,32
Usia	18 - 20 Th	222	66,91	5,35	222	32,25	3,30
	21 - 25 Th	128	65,81	5,63	128	31,88	3,75
	Total	350	66,51	5,53	350	32,11	3,32
Jumlah Uang Saku dalam 1 bulan	<1jt	119	67,23	5,51	119	32,26	3,57
	1jt – 2 jt	203	66,16	5,60	203	31,88	2,99
	>2jt	28	65,96	4,97	28	33,14	4,34
	Total	350	66,51	5,53	350	32,11	3,32

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) variabel Intensi Membeli Makanan Halal lebih dominan subjek perempuan dibanding laki-laki. *Mean* variabel Intensi Membeli Makanan Halal pada subjek perempuan adalah 66,61 dengan standar deviasi 5,76. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) pada variabel Orientasi Religiusitas lebih didominasi oleh subjek laki-laki daripada perempuan. *Mean* dari variabel Orientasi Religiusitas pada subjek laki-laki adalah 32,19 dengan nilai standar deviasi 3,374. Pada kategori Usia, untuk nilai rata-ratanya (*mean*) pada variabel Intensi Membeli Makanan Halal dan Orientasi Religiusitas sama-sama didominasi oleh usia 18-20 tahun. *Mean* variabel Intensi Membeli Makanan Halal pada usia 18-20 tahun adalah 66,91 dengan standar deviasi 5,352 dan *mean* dari variabel Orientasi Religiusitas adalah 32,25 dengan nilai standar deviasi 3,305. Selanjutnya pada kategori jumlah uang saku, subjek yang memiliki uang saku >2jt memiliki nilai rata-rata (*mean*) 66,16 pada variabel Intensi Membeli Makanan Halal dan lebih dominan dibandingkan dengan yang lain. *Mean* pada subjek dengan uang saku untuk variabel religiusitas >2jt adalah 33,14 dan standar deviasi 4,32 . *mean* dan standar deviasi . Jumlah total dari semua subjek adalah 350 orang dengan nilai rata-rata (*mean*) total untuk variabel Intensi Membeli Makanan Halal adalah 66,51 dengan standar deviasi 5,537 dan nilai rata-rata (*mean*) total untuk variabel Orientasi Religiusitas adalah 32,11 dengan standar deviasi 3,329.

Tabel.4 Tingkatan Intensi Membeli Makanan Halal dan Orientasi Religiusitas

Variabel	Interval	Keterangan	F	(%)
Intensi Membeli Makanan Halal	> 72,04	Tinggi	45	12,9
	60,98 – 72,04	Sedang	255	72,9
	< 60, 98	Rendah	50	14,3
Orientasi Religiusitas	> 35,43	Tinggi	49	14,0
	26,79 – 35,43	Sedang	285	81,4
	< 26,79	Rendah	16	4,6

Berdasarkan Tabel.4 mengenai kategori subjek pada variabel Intensi Membeli Makanan Halal dan Orientasi religiusitas yang dikelompokkan menjadi tiga, yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pada variabel Intensi Membeli Makanan Halal, kategori tinggi yaitu dengan interval $> 72,04$ berjumlah 45 orang dengan presentase 12,9%, kategori sedang dengan interval $60,98 - 72,04$ berjumlah 255 orang dengan presentase 72,9% dan merupakan kategori yang mendominasi, serta kategori rendah dengan interval $< 60,98$ berjumlah 50 orang dengan presentase 14,6%. Sedangkan untuk variabel Orientasi Religiusitas juga didominasi oleh subjek dengan kategori sedang (interval $26,79 - 35,43$), yaitu dengan jumlah 285 orang (81,4%), sisanya berada pada kategori tinggi (interval $> 35,43$) sejumlah 49 orang (14%) dan kategori rendah (interval $< 26,79$) sebanyak 16 orang (4,6%). Pengkategorian tingkatan Intensi Membeli Makanan Halal dan Orientasi religiusitas berdasarkan perhitungan nilai rata-rata dan standart deviasinya.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, data penelitian terlebih dahulu diuji dengan uji asumsi klasik. Hasil Uji Normalitas menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* mendapatkan hasil *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,460, sehingga *sig. > 0,05* yang berarti data berdistribusi dengan normal. Hasil Uji Multikorelasi didapatkan hasil nilai VIF (*variance inflation factor*) dan *tolerance* untuk masing-masing variabel Orientasi Religiusitas adalah 0,99 dan 1,001 sehingga nilai VIT dibawah 10 dan *tolerance* diatas 0,1 yang berarti tidak ada masalah multikorelasi. Hasil Uji Autokorelasi didapatkan nilai DW (*Durbin Watson*) sebesar 1,986, karena nilai DW terletak diantara nilai dU dan 4-dU, yaitu 1,830 dan 2,170 (melihat tabel *Durbin Watson*) maka tidak terjadi autokorelasi. Sedangkan Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel bebas (X_1, X_2) dengan nilai absolut residualnya (ABS_RES) dan didapatkan hasil probabilitas (*sig*) 0,319 dan 0,12, dimana nilai *sig. > 0,05* yang berarti tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik dilakukan untuk persyaratan uji regresi agar tidak terjadi kesalahan dalam pemenuhan asumsi. Sehingga dari keempat uji tersebut sudah memenuhi untuk dilanjutkan ke uji hipotesis.

Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis data penelitian dengan analisis regresi berganda menggunakan bantuan aplikasi SPSS IMB 21 dan mendapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel.5 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

Variabel	F Hitung	F Tabel	Sig.	Ket.
Orientasi Religiusitas terhadap Intensi Membeli Makanan Halal	67,62	3,02	0,00	ada pengaruh

Berdasarkan tabel.5 diatas, didapatkan nilai F Hitung sebesar 67,62 dan nilai F Tabel sebesar 3,02 dengan nilai F Hitung lebih besar dari nilai F Tabel ($67,62 >$

3,02) menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan antara variabel-variabel Orientasi Religiusitas terhadap variabel Intensi Membeli Makanan Halal. Sedangkan untuk nilai probabilitasnya (*sig.*) didapatkan nilai 0,00 dimana lebih kecil dari 0,05 yang berarti bahwa model regresi dapat diterima dan dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh antara variabel-variabel Orientasi Religiusitas terhadap variabel Intensi Membeli Makanan Halal.

Tabel.6 Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Variabel	T Hitung	T Tabel	Sig.	Keterangan
Religiusitas Instrinsik	10,83	2,06	0,00	ada pengaruh
Religiusitas Ekstrinsik	-4,65	-2,06	0,00	ada pengaruh

Pada Tabel.6 diatas, dapat dilihat untuk variabel Religiusitas Instrinsik, nilai T Hitung lebih besar dari T Tabel ($10,83 > 2,06$) dengan probabilitas (*sig.*) = 0,00 yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel Religiusitas Instrinsik terhadap Intensi Membeli Makanan Halal. Sedangkan untuk variabel Religiusitas Ekstrinsik, memiliki nilai T hitung lebih kecil dari T tabel ($-4,65 < -2,06$) dengan probabilitas (*sig.*) = 0,00 yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel Religiusitas Ekstrinsik terhadap Intensi Membeli Makanan Halal. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Religiusitas Instrinsik dan Ekstrinsik secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Intensi Membeli Makanan Halal.

Tabel.7 Nilai Koefisien Determinasi (R^2)

Variabel	R	R^2	Keterangan
Orientasi Religiusitas terhadap Intensi Membeli Makanan Halal	0,530	0,280	memiliki pengaruh sebesar 28,0%

Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0,280 yang berarti kontribusi yang diberikan oleh variabel Religiusitas Instrinsik dan Ekstrinsik terhadap Intensi Membeli Makanan Halal adalah sebesar 28% dan selebihnya sebanyak 72% dipengaruhi oleh variabel yang lain. Nilai koefisien korelasi (R) adalah 0,530 yang berarti menunjukkan hubungan dengan kategori sedang dan memiliki arah yang positif.

Persamaan Model Regresi Berganda

Rumus persamaan model regresi berganda adalah $Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2$, dengan Y adalah Intensi Membeli Makanan Halal, a adalah konstanta, b_1 , b_2 adalah koefisien regresi dan X_1 adalah Religiusitas Instrinsik serta X_2 adalah Religiusitas Ekstrinsik.

Tabel.8 Nilai Koefisien Regresi

Konstanta (a)	Religiusitas Instrinsik (b_1)	Religiusitas Ekstrinsik (b_2)
47,123	0,974	-0,696

Persamaan model regresinya adalah $Y = 47,123 + 0,974 X_1 - 0,696X_2$. Nilai konstanta (a) sebesar 47,123 dan koefisien regresi Religiusitas Instrinsik bernilai 0,974 serta koefisien regresi Religiusitas Ekstrinsik bernilai -0,696. Tanda positif

(+) dan negatif (-) menunjukkan arah pengaruhnya, dimana tanda positif berarti pengaruh searah dan tanda negatif berarti pengaruh berlawanan arah. Pada koefisien regresi Religiusitas Instrinsik memiliki nilai positif yang berarti searah, sehingga apabila nilai variabel Religiusitas Instrinsik naik maka nilai Intensi Membeli Makanan Halal juga naik, begitu juga sebaliknya. Sedangkan variabel Religiusitas Ekstrinsik bernilai -0,696, dimana tanda negatif menunjukkan pengaruh yang berlawanan arah, sehingga apabila nilai Religiusitas Ekstrinsik turun maka nilai Intensi Membeli Makanan Halal akan naik, begitu juga sebaliknya.

DISKUSI

Hasil analisis menunjukkan ada pengaruh yang signifikan antara religiusitas ekstrinsik dan instrinsik terhadap intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang. Nilai sig. Penelitian $< 0,05$ ($0,00 < 0,05$) dan nilai F hitung $> F$ tabel ($67,62 > 3,02$). Ini berarti bahwa ketika individu mempunyai orientasi religiusitas baik ekstrinsik dan instrinsik dalam kesehariannya maka akan berpengaruh terhadap munculnya intensi membeli makanan halal. Masing-masing orientasi, baik religiusitas instrinsik maupun ekstrinsik sama-sama menunjukkan hasil yang signifikan, sehingga masing-masing orientasi religiusitas memiliki pengaruh terhadap munculnya intensi membeli makanan halal.

Hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan di Turkey yang menunjukkan religiusitas terbukti mempengaruhi intensi membeli makanan halal dan merupakan faktor terpenting ketiga setelah preferensi halal dan harga makanan. Penelitian ini mengungkap bahwa konsumen muslim selektif terhadap pembelian makanan halal dan dipengaruhi oleh tingkat religiusnya. Mayoritas orang muslim percaya bahwa praktek kepercayaan agama dan tingkah laku di dunia akan mempengaruhi kehidupan di akhirat sehingga kepercayaan akan agama akan mempengaruhi perilaku orang-orang yang percaya terhadap agama. Karena kebiasaan dan perilaku konsumsi adalah bagian dari identitas diri sehingga religiusitas akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Sistem religiusitas akan berbeda pada orang yang religius dan kurang religius (Varinli, Erdem & Avcilar, 2017).

Selain itu hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Awam, Siddiquei & Haider (2014), bahwa intensi pembelian makanan halal secara signifikan dipengaruhi oleh adanya religiusitas pada diri konsumen, dimana religiusitas ini menetapkan standar perilaku yang mempengaruhi sikap untuk membeli makanan halal. Pembelian makanan halal biasanya dikaitkan dengan kepercayaan religius yang ada di masyarakat. Dalam masyarakat yang religius, intensi membeli didorong oleh adanya tekanan sosial dan keluarga karena konsumsi makanan halal adalah wajib bagi muslim. Nilai spiritual dan religiusitas menetapkan standar perilaku yang secara langsung berdampak pada pemilihan makanan. Nilai-nilai ini bertugas penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen karena sifat dasar manusia yang hidup berdasarkan nilai-nilai yang diaut/ diyakini. Sehingga religiusitas berperan penting dalam mempengaruhi

tindakan konsumsi, karena individu yang religius cenderung akan lebih banyak membeli makanan halal dan mencegah dirinya untuk bertentangan dengan nilai-nilai agama yang dianutnya. Seperti halnya pada konsumen muslim yang tidak diperbolehkan membeli makanan yang mengandung babi.

Intensi membeli makanan halal dapat dijelaskan berdasarkan Theory Planned of Behavior. Perilaku individu didorong oleh adanya niat untuk berperilaku, dimana niat berperilaku adalah fungsi dari 3 faktor penentu, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan persepsi kontrol perilaku. Sikap seseorang dibentuk berdasarkan pengalaman dan pembelajaran yang ada di masyarakat. Pengetahuan membantu seseorang untuk mengembangkan kepercayaan menonjol yang terkait dengan perilaku, yang secara baik membentuk sikap seseorang terhadap perilaku yang ditargetkan (Ajzen, 1991). Niat pembelian makanan halal juga melibatkan adanya faktor sosial dari konsumen yang disebut norma subjektif. Ini mengacu pada tekanan sosial yang dibutuhkan untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku (Ajzen, 1991). Komponen norma subjektif terkait keanggotaan dalam kelompok atau terkait dengan kelompok acuan dari individu tersebut. Sedangkan kontrol perilaku yang mengacu pada kemudahan atau kesulitan yang dirasakan dalam melakukan perilaku dan diasumsikan mencerminkan pengalaman masa lalu serta hambatan dan hambatan yang diantisipasi (Ajzen, 1991).

Bagi konsumen muslim, agama memberikan dasar bagi sistem kepercayaan psikologis seseorang dan kepercayaan seseorang terkait dengan niat tingkah lakunya. Pengaruh agama terhadap perilaku konsumen dapat terjadi melalui kepercayaan mereka terhadap perilaku tersebut. Keyakinan agama menggambarkan hal-hal yang diperbolehkan dan yang dilarang yang akan menentukan perilaku konsumen dan pola pengambilan keputusan konsumen (Muhammad, Leong & Isa, 2017). Dari pengajaran agama diketahui bahwa muslim wajib membeli makanan halal, makanan halal mempunyai manfaat tidak ada bagi jasmani tapi rohani dan membeli makanan halal merupakan bukti ketaatan umat terhadap Tuhannya. Sehingga religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap intensi membeli makanan halal (Muhammad et al, 2016).

Penelitian Boorzoe & Asgari (2014) menjelaskan bahwa agama merupakan aspek budaya yang mempengaruhi perilaku penganutnya, baik dari sisi etnis dan moral. Sehingga individu membuat keputusan berdasarkan norma agama mereka, ini mempengaruhi sikap, nilai, perilaku dan gaya konsumsi individu. Keragaman tentang ketaatan konsumen terhadap agama merupakan sumber perilaku konsumen yang berbeda di pasar. Intensi membeli produk halal dipengaruhi oleh tekanan sosial dan keluarga karena produk makanan halal diterima secara sosial. Keputusan tersebut didasarkan norma agama yang dianut dan diyakini oleh lingkup sosial konsumen.

Gambaran tingkat intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang paling didominasi oleh kelompok kategori sedang dengan jumlah 255 orang. Sedangkan untuk tingkat religiusitasnya juga didominasi pada kategori sedang dengan jumlah 285 orang. Ini sesuai dengan hasil dari analisis korelasinya, R bernilai 0,530 yang berarti dalam kategori sedang

(Sugiyono, 2010). Sedangkan besar pengaruh yang diberikan oleh religiusitas instrinsik dan ekstrinsik pada penelitian hanya sebesar 0,28 atau hanya sebanyak 28% yang mempengaruhi intensitas membeli makanan halal. Hal ini menunjukkan bahwa ada variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang.

Faktor-faktor yang mempengaruhi intensi membeli makanan halal menurut Sumarwan (2011) adalah faktor perbedaan individu, yaitu 1) motivasi yang muncul karena adanya dorongan kebutuhan oleh konsumen, 2) kepribadian individu yang tidak sama satu dengan lainnya, 3) konsep diri bagaimana individu memandang dirinya, 4) pengolahan informasi dan persepsi, 5) proses belajar yang dialami individu, 6) pengetahuan yang dimiliki konsumen, 7) sikap konsumen terhadap suatu hal, 8) agama dan kepercayaan. Faktor lingkungan, yaitu 1) budaya yang mempengaruhi, 2) karakteristik demografis, sosial & ekonomi, 3) keluarga, 4) kelompok acuan, 5) lingkungan dan situasi konsumen, 6) teknologi. Selain itu ada faktor strategi pemasaran, yaitu 1) perusahaan, 2) kebijakan pemerintahan, 3) organisasi dan 4) partai politik.

Pada penelitian ini religiusitas ekstrinsik memiliki arah yang negatif, hal ini berarti bila nilai religiusitas ekstrinsik pada diri seseorang naik maka tidak akan meningkatkan atau memberi dampak yang positif terhadap intensi membeli makanan halal. Hal ini karena individu yang memiliki religiusitas ekstrinsik cenderung mengunggulkan agamanya untuk kepentingan pribadinya, seperti pemuas kebutuhan, pembenaran dan keamanan. Dengan mengambil peran agama secara ekstrinsik individu menjadi tidak spritual ataupun memiliki komitmen kepada agamanya melalui tindakan atau perilaku mereka sehingga individu tidak memiliki kepercayaan etika yang kuat (Vitell, Patwardhan, & Keith, 2012).

Menurut Allport dan Ross (1967) orientasi religiusitas mengukur motivasi individu dalam mengikuti agamanya. Pendekatan seseorang dalam mengikuti agama dapat dibedakan menjadi ekstrinsik dan instrinsik. Individu yang memiliki orientasi religiusitas instrinsik digambarkan sebagai agama menjadi tujuan hidup mereka, sikap dan perilaku yang ditunjukkan akan selaras dengan ajaran agama serta memiliki komitmen yang tinggi terhadap ajaran agama. Sedangkan individu dengan orientasi ekstrinsik, agama bukanlah motivasi utama bagi individu, agama digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan pribadi dan sosial, prinsip-prinsip agama disesuaikan dengan selektif agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

Penelitian Muhammad, Leong & Isa (2017) mendapatkan hasil bahwa konsumen dengan orientasi religiusitas instrinsik cenderung mengembangkan sikap negatif terhadap produk yang dilarang oleh agama, dibandingkan dengan konsumen dengan orientasi religiusitas ekstrinsik. Pengetahuan tentang peraturan larangan produk dimasukkan kedalam keyakinan kognitif kemudian berubah menjadi sikap dan memiliki intensi yang rendah untuk membeli makanan yang dilarang oleh agamanya. Pengetahuan sangat penting bagi konsumen dengan orientasi religiusitas instrinsik untuk mengkonsumsi makanan yang sesuai dengan agama untuk mencapai tujuan hidup mereka (hidup oleh agama).

Pada penelitian Muhamad dan Mizerski (2013) menyatakan individu dengan orientasi religiusitas instrinsik akan melakukan perilaku pembelian produk yang sesuai dengan fatwa agama. Hasil dari individu yang berorientasi instrinsik dan ekstrinsik berbeda. Individu dengan orientasi religiusitas instrinsik memiliki hubungan yang kuat dengan dengan persepsi terhadap norma sosial dan mempengaruhi intensi mereka untuk berperilaku. Sedangkan perbedaan yang jelas dengan individu dengan orientasi religiusitas ekstrinsik adalah terbatasnya pertukaran informasi yang diterima oleh muslim dengan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religiusitas instrinsik cenderung lebih tahu tentang informasi terbaru tentang fatwa halal dibandingkan individu dengan orientasi ekstrinsik. Individu dengan orientasi religiusitas ekstrinsik cenderung kurang mau belajar dan mengikuti doktrin agama sehingga informasi tentang fatwa halal tidak tersampaikan dengan baik (Muhamad dan Mizerski, 2010)

Orientasi religiusitas akan menyangkut pemahaman dan pengetahuan konsumen tentang keputusan keagamaan yang akibatnya mempengaruhi intensi berperilaku pada konsumen. Individu dengan orientasi religiusitas instrinsik cenderung ingin dan mau belajar tentang agamanya. Mereka lebih peduli tentang keputusan fatwa halal dan bisa menjadi lebih waspada untuk mendapatkan informasi yang akurat daripada individu dengan orientasi ekstrinsik (Muhammad, Leong & Isa, 2017). Sedangkan individu berorientasi religiusitas ekstrinsik akan menggunakan agama untuk kepentingannya sendiri seperti kebutuhan untuk peningkatan diri, kenyamanan diri, keamanan, kenyamanan, status atau dukungan sosial. Individu berorientasi ekstrinsik ini mungkin saja rajin beribadah, tetapi tidak berminat untuk membicarakan masalah iman mereka melebihi keuntungan dan manfaat praktis apa yang bisa didapat. Orang religiusitas ekstrinsik seringkali dihubungkan dengan hasil kehidupan yang negatif (Smith, McCullough, & Poll, 2003).

Konsumen yang memiliki intensi membeli makanan halal dengan yang tinggi lebih dipengaruhi oleh religiusitas instrinsik yang dimilikinya. Sebagian konsumen muslim lebih berpengetahuan daripada yang lain tentang perbedaan antara berbagai pendapat dan pandangan tentang standar halal, kemampuan negara dalam teknologi halal dan standar proses, dan faktor kepercayaan lain yang menonjol terkait produksi halal (Muhammad et al 2016). Individu yang hidup berdasarkan atau sesuai dengan agama yang dianutnya memiliki orientasi beragama secara intrinsik. Individu ini menjadikan agama sebagai motivasi hidup, hidup yang bermoral secara konsisten, bertanggung jawab terhadap sesama manusia dan juga kepada Tuhan, hidupnya berguna, dan selalu mencari kebenaran (Allport & Ross, 1967). Sedangkan Individu dengan religiusitas ekstrinsik yang tinggi berfokus pada bagaimana agama mereka dipandang oleh orang lain dan cenderung untuk melihat agama sebagai tempat untuk menyediakan kenyamanan dan pendukung (Vitell, Paolillo, & Singh, 2005).

Makanan bagi konsumen yang memiliki religiusitas ekstrinsik adalah sebagai pemenuhan dorongan untuk makan, sedang konsumen yang memiliki religiusitas instrinsik mengkonsumsi makanan adalah bentuk ketaqwaan terhadap Tuhan. Konsumen dengan religiusitas instrinsik memiliki pengetahuan yang lebih besar tentang pengaruh agama terhadap perilakunya konsumsi daripada konsumen

dengan religiusitas ekstrinsik (Muhammad et al 2016). Menurut Mokhlis & Sparts, orang-orang religius dengan kuat mengikuti prinsip-prinsip agama dengan taat mematuhi setiap doktrin dan perintah agama, sedangkan orang-orang yang kepercayaannya terhadap ajaran agama lemah merasa bebas untuk berperilaku dengan cara lain yang mereka sukai. Sehingga pada intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim berbeda-beda tergantung dari religiusitas yang dimiliki. (Boorzoe & Asgari, 2014).

Meskipun penelitian ini menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara orientasi religiusitas, baik religiusitas instrinsik dan ekstrinsik terhadap intensi membeli makanan halal, namun penelitian ini masih membutuhkan pengembangan lebih lanjut, mengingat adanya banyak keterbatasan dalam penelitian ini, seperti subjek yang diteliti hendak lebih spesifik atau khusus. Adanya keterbatasan penelitian tentang cakupan makanan halal yang terlalu umum tidak memberikan batasan bagian halal mana yang diteliti. Penelitian tentang intensi membeli makanan halal ini masih sangat mungkin dikembangkan. Saran untuk penelitian selanjutnya adalah dilakukan penelitian serupa dengan subjek yang berbeda atau dengan subjek yang lebih spesifik, seperti kepada konsumen non muslim atau kepada komunitas keagamaan tertentu. Penelitian kepada subjek konsumen non muslim, mengingat banyak non muslim yang mulai tertarik untuk mengonsumsi makanan halal. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mempertimbangkan faktor-faktor lain selain orientasi religiusitas yang mempengaruhi intensi membeli makanan halal. faktor-faktor lain itu seperti gaya hidup, citra produk, sistem pemasaran, kepribadian atau motivasi.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa ada hubungan yang signifikan antara orientasi religiusitas, baik religiusitas instrinsik dan ekstrinsik terhadap intensi membeli makanan halal pada mahasiswa muslim Universitas Muhammadiyah Malang. Orientasi religiusitas instrinsik mempunyai pengaruh yang positif sedangkan orientasi religiusitas ekstrinsik memiliki pengaruh yang negatif.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa orientasi religiusitas dalam diri individu terbukti mempunyai pengaruh untuk memunculkan intensi membeli makanan halal. Membeli makanan halal tidak hanya wajib bagi seorang muslim tetap memiliki banyak manfaat yang baik bagi pribadi dan sosial. Religiusitas berperan penting karena mencerminkan ketaatan individu terhadap agamanya. Penelitian ini ingin mengajukan beberapa rekomendasi terutama kepada konsumen muslim, disarankan sebagai seorang muslim untuk selalu taat dan patuh terhadap perintah agama. Pengetahuan dan pemahaman akan agama sangat penting untuk dipelajari lebih dalam terlebih untuk diaplikasikan untuk kehidupan sehari-hari. Pengaplikasian nilai keagamaan akan tercermin dalam sikap dan perilaku yang akan mendorong terbentuknya perilaku pembelian makanan halal.

REFERENSI

- Allport, W. R., Ross, J. Michael. (1992). Personal Religious Orientation and Prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5 (4), 432-443
- Afif (2016, 9 September). *Rendahnya Kesadaran masyarakat Indonesia untuk Mengonsumsi Produk Halal*. diakses pada 19 Februari 2017 <http://m.halhalal.com/rendahnya-kesadaran-masyarakat-indonesia-untuk-mengonsumsi-produk-halal/>
- Akbar (2017, 8 Februari). *Bukti Industri Halal Bisa Jadi Pendapatan Pemerintah*. Diakses pada 21 Mei 2017 <https://www.viva.co.id/berita/bisnis/939694-bukti-industri-halal-bisa-jadi-sumber-pendapatan-pemerintah>
- Alamsyah (2015, 26 Januari) *Ditemukan Label Halal Palsu LPPOM MUI Laporkan ke Polisi*. Diakses pada 19 Februari 2017 pada <http://republika.co.id/berita/nasional/umum/15/01/26/nis0bg-temukan-label-halal-palsu-lppom-mui-laporkan-ke-polisi>
- Ancok, D., & Suroso, F. N. (2004). *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta
- Awam, Hayat M., Siddiquei, Ahmad Nabeel., Haider, Zeeshan. (2014). Factors Affecting Halal Purchase Intention – evidence from Pakistan’s Halal Food Sector. *Management Research Review*, Vol. 38 Iss 6 pp. 640 – 660
- Aziz, Y A and Chok N V (2013) The role of Halal awareness, Halal certification, and marketing components in determining Halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A structural equation modeling approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1): 1-23.
- Azjen, I. (1991), “*The Theory of Planned Behaviour*”, *Organizational behavior and Human Decision Process*, Vol. 50 No. 2, pp. 179-124.
- Ajzen, Icek (2005). *Attitudes, Personality, and Behavior, 2nd edition*. England: Open University Press
- Awan, Hayat M., Siddiquei, Ahmad Nabeel., Haider, Zeeshan , (2015), " Factors affecting Halal purchase intention – evidence from Pakistan’s Halal food sector ", *Management Research Review*, Vol. 38 Iss 6 pp. 640 – 660
- Badan Pusat Statistik (BPS). Diakses pada 9 Februari 2017 di download pada <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321>
- Borzooei, M., & Asgari, M. (2013). The Hallal Brand Personality and Its Effect on Purchase Intention. *Journal of Contemporary Research in Business*, 5 (03)
- Borzooei, M., & Asgari, M. (2014). The Effect of Religious Commitment on Halal Brand Relationship and Purchase Intention. *Journal of Economic & Business*, 3 (04)

- Data CIA World Fact Book 2013. Diakses pada 19 Febuari 2017 pada <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2122.html>
- Dayakisni, Tri., & Hudaniah. (2015). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press
- Darvyrir et al. (2014) The Revised Intrinsic/Extrinsic Religious Orientation Scale in a Sample of Attica's Inhabitants. *Journal of Psychology*, 5, 1557-1567
- Kartubi. (2013). Keutamaan Mengkonsumsi Makanan Halalan Thayyiba. *Jurnal Edukasi Biologi*, 04
- Kamalidun et al. 2017. Validity and Psychometric Properties of Malay Translated Religious Orientation Scale-Revised among Malaysian Adult Samples. *Akademika* 87(2)
- Khalek, A. A., Ismail, S. H. S., & Ibrahim, H. M. (2015). A Study on the Factors Influencing Young Muslim's Behavioral Intention in Consuming Halal Food in Malaysia. *Journal of Syariah*, 23, 79-102
- Krishnan, et al. 2017. Halal Food: Study on Non-Muslim Acceptance. *American Journal of Economics*, 7(1): 41-45
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Managemen Pemasaran Jilid 1* (Ed. 11). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Latief, Zul Ariff A.L., Mohamed, Zainal A., Ayob, Mohamad A., (2015)Food Labels' Impact Assessment on Consumer Purchasing Behavior in Malaysia. *Journal of Food Products Marketing*, 00:1-12
- Kusumawardhini, S. R., Hati, S. R. H., & Daryanti, S. (2016). *Understanding Islamic Brand Purchase Intention: The Effects of Religiosity, Value Conciousness, and Product Involvement*. 3rd International Conference on Business and Economic
- Halal MUI (2015, 5 Desember). *Klarifikasi Kehalalan Breadtalk*. Diakses pada 17 Febuari 2017 pada <http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detilpage/8/22601/30/1>
- Hasan, KN. Sofyan. 2015. Pengawasan dan Penegakan Hukum terhadap Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Hukum IUS QUIA IUSTUM* NO. 2 VOL. 22
- Hukmas (17 Juni 2017). *Penarikan Produk Mi Instan Asal Korea yang Mengandung Babi*. Diakses pada 29 September 2017 pada <http://www.pom.go.id/mobile/index.php/view/pers/374/PENARIKAN-PRODUK-MI-INSTAN-ASAL-KOREA-YANG-MENGANDUNG-BABI.html>
- Haque et al. 2013. *Purchase Intention of Foreign Products: A Study on Bangladeshi Consumer Perspective*. Article. SAGE Open: 1- 12
- Mukhtar, A., & Butt, M. M. (2012). Intention to Choose Halal Products: The Role of Religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 3 (2), 108-120

- Munandar, Ashar Suntoyo. (2014) *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press
- Mowen, C., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Penerbit Erlangga
- Newaz, F. H., Fam, K. S., & Sharma, R. R. (2016). Muslim Religiosity and Purchase Intention of Different Categories of Islamic Financial Product. *Journal of Financial Service Marketing*, 21 (02), 141-152
- Nora & Minarti. (2016). *The Role of Religiosity, Lifestyle, Attitude as Determinant Purchase Intention*. The @nd International Multidisiplinary Conference 2016.
- Peter, J. Paul., & Olson, Jerry C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Buku 1* (Ed. 9). Jakarta: Salemba Empat
- Quantaniah, Nur Aniza., Noreina., Nurul, Syakinah. (2013). *Selecting Halal Food : A Comparative Study Of The Muslim And Non Muslim Malaysian Student Consumer*. 2nd International Conference on Technology Management , Business and Entrepreneurship
- Muhamad, N. and Mizerski, D. (2010), "Exploring Muslim consumers' information sources for fatwa ruling on products and behaviours", *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1 No. 1, pp. 37-50.
- Muhamad, N., and Mizerski, D. (2013), "The effects of following Islam in decisions about taboo products", *Psychology & Marketing*, Vol. 30 No. 4, pp. 357-371.
- Muhamad, N., Leong, V. S., and Mizerski, D. (2016), "Consumer knowledge and religious rulings on products: Young Muslim consumer's perspective", *Journal of Islamic Marketing*, 7 (1). 74-94.
- Nurhajati (2014, November 23). *Produk RI belum Punya Label Halal, di Malayssia Hanya 10% yang belum Berlabel Halal*. diakses pada 19 Februari 2017 pada http://www.bsn.go.id/main/berita/berita_det/5106/80--Produk-RI-Belum-Punya-Label-Halal--di-Malaysia-Hanya-10-
- Shaari, Jamal Abdul Nassir., & Arifin, Nur Shahira bt Mohd. (2009). Dimension of Halal Purchase Intention: A Preliminary Study. *International Journal of Research in Commerce, Economics & Management* 2 (6)
- Siradjuddin, Azmi. (2013). Regulasi Makanan Halal di Indonesia. *TAPIS: Jurnal Penelitian Ilmiah*, 13 (01)
- State of the Global Islamic Economy Report 2016-17. (2016). didownload pada 17 Februari 2017
- Sugianto. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Syamsu (2016, 1 Desember). *Sertifikasi Halal atau Haram?*. Diakses pada 27 Februari 2017 http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/48/23456

- Smith, T. B., McCullough, M. E., & Poll, J. (2003). *Religiousness and Depression: Evidence for a Main Effect and the Moderating Influence of Stressful Life Events*. *Psychological Bulletin*, 129(4), 614-636.
- Talib, Z. Zailani, S., Zainuddin, Y. (2011). Conceptualization on the Dimension for Halal Orientation for Food Manufacturers: A Study in the Context of Malaysia. *Pakistan Journal of Sciences*, 7, 56-61
- Utami (2016, 15 Mei). *J.co Pastikan Bahan Baku dan Kemasan Halal*. diakses pada 17 Februari 2017 pada <https://www.suara.com/lifestyle/2016/05/15/153112/jco-pastikan-bahan-baku-dan-kemasannya-halal>
- Vitell, S. J., Paolillo, J. G. P., & Singh, J. J. (2005). Religiosity and consumer ethics. *Journal of Business Ethics*, 57(2): 175-181.
- Vitell, S. J., Patwardhan, A. M., & Keith, M. E. (2012). Religiosity, Attitude Toward Business, and Ethical Beliefs: Hispanic Consumers in the United States. *Journal of Business Ethics*, 110, 61-70
- Varinli. İnci, Erdem, Ekrem., Avcılar, Mutlu Yüksel. Exploring the Factors Affecting Purchase Intention of Halal Certified Foods in Turkey: A PLS-Path Modeling Study. *European Journal of Business and Management*
- Youssef, M. A., et al. (2011). Measuring Islamic-Driven Buyer Behavioral Implications: A Proposed Market Minde,d Religiosity Scale. *Journal of American Science*, 7 (8)
- Zakaria et al, 2016. *Influence of HALAL Certification on Customers' Purchase Intention: Rhetoric or Reality*. Terrenganu International Business and Economic Conference 2016

Lampiran 1

Blueprint Skala Intensi Membeli Makanan Halal



A. Blue Print Skala Intensi Membeli Makanan Halal

Blue print skala Intensi Membeli Makanan Halal sebelum try out

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1	Sikap	1, 2, 6, 12, 21, 32	9, 16, 18, 22, 28, 34	12
2	Norma Subjektif	3, 11, 14, 19, 23, 30	4, 7, 17, 26, 33, 36	12
3	Control Perilaku	5, 8, 15, 20, 25, 35	10, 13, 24, 27, 29, 31	12
Total item		18	18	36

Blue print skala Intensi Membeli Makanan Halal sesudah try out

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1	Sikap	12, 21, 32	9, 34	5
2	Norma Subjektif	19, 30	4, 7, 17, 33, 36	7
3	Control Perilaku	5, 20, 25, 35	24, 27, 29	7
Total item		9	10	19

B. Skala Intensi Membeli Makanan Halal (Sebelum Try Out)

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya yakin mendapat pahala jika membeli makanan halal				
2	Saya tidak akan membeli makanan yang masih diragukan kehalalannya				
3	Saya tidak ingin orang tua memarahi saya jika membeli makanan yang tidak berlabel halal				
4	Banyak orang membeli makanan yang tidak halal sehingga saya tertarik juga untuk membelinya				
5	Saya memperhatikan ada tidaknya label halal ketika akan membeli makanan				
6	Saya takut mendapatkan dosa ketika membeli makanan yang diragukan kehalalannya				
7	Teman-teman mengajak saya untuk membeli makanan tidak halal				
8	Saya akan membeli makanan halal meski dijual dengan harga lebih mahal				
9	Saya merasa kurang puas jika membeli makanan berlabel halal				
10	Saya tidak membeli makanan halal ketika harganya lebih mahal				
11	Saya tidak ingin terlihat berbeda dengan lingkungan, sehingga saya selalu membeli makanan halal				
12	Saya lebih senang jika membeli produk makanan halal				
13	Saya tertarik membeli makanan tidak halal karena harganya yang murah				
14	Teman-teman akan memandang saya negatif ketika				

	saya membeli makanan tidak halal				
15	Saya memiliki uang yang cukup untuk membeli makanan halal				
16	Membeli makanan tidak halal tidak akan merugikan tubuh saya				
17	Teman-teman mendukung saya untuk mencoba makanan baru meskipun tidak ada label halalnya				
18	Saya tidak menyukai produk-produk makanan berlabel halal				
19	Teman-teman terdekat selalu mendorong saya untuk membeli makanan halal				
20	Saya memiliki pengetahuan yang baik untuk membedakan makanan halal dan tidak halal				
21	Saya yakin makanan halal baik untuk kesehatan				
22	Saya tidak tertarik membeli produk makanan berlabel halal				
23	Keluarga besar mengharapkan saya selalu membeli makanan halal				
24	Saya kesusahan mencari tempat makan halal, sehingga saya membeli makanan tidak harus ada label halalnya				
25	Tempat jualan yang bersih sangat mempengaruhi saya untuk membeli makanan halal				
26	Orang tua tidak memarahi saya ketika membeli makanan tidak halal				
27	Ketika sedang sendirian, keinginan saya untuk membeli makanan tidak halal sangat tinggi				
28	Saya tidak menyukai produk-produk makanan berlabel halal				
29	Kurangnya informasi membuat saya tidak tertarik untuk selalu membeli produk makanan halal				
30	Teman-teman kampus berpikir bahwa membeli makanan halal adalah pilihan terbaik				
31	Banyaknya iklan di sosial media membuat saya tertarik membeli makanan yang belum ada label halalnya				
32	Saya merasa aman jika membeli makanan berlabel halal				
33	Orang tua tidak melarang saya membeli makanan tidak halal				
34	Saya tidak merasa cemas jika membeli makanan yang tidak ada label halalnya				
35	Mudah bagi saya menemukan tempat makan halal di lingkungan saya tinggal				
36	Orang-orang tidak akan memandang saya buruk jika membeli makanan tidak halal				

C. Skala Intensi Membeli Makanan Halal (Sebelum Try Out)

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Banyak orang membeli makanan yang tidak halal sehingga saya tertarik juga untuk membelinya				
2	Saya memperhatikan ada tidaknya label halal ketika akan membeli makanan				
3	Teman-teman mengajak saya untuk membeli makanan tidak halal				
4	Saya merasa kurang puas jika membeli makanan berlabel halal				
5	Saya lebih senang jika membeli produk makanan halal				
6	Teman-teman mendukung saya untuk membeli makanan merek baru meskipun tidak ada label halalnya				
7	Teman-teman terdekat selalu mendorong saya untuk membeli makanan halal				
8	Saya memiliki pengetahuan yang baik untuk membedakan makanan halal dan tidak halal				
9	Saya yakin makanan halal baik untuk kesehatan				
10	Saya kesusahan mencari tempat makan halal, sehingga saya membeli makanan tidak harus ada label halalnya				
11	Tempat jualan yang bersih sangat mempengaruhi saya untuk membeli makanan halal				
12	Ketika sedang sendirian, keinginan saya untuk membeli makanan tidak halal sangat tinggi				
13	Kurangnya informasi membuat saya tidak tertarik untuk selalu membeli produk makanan halal				
14	Teman-teman kampus berpikir bahwa membeli makanan halal adalah pilihan terbaik				
15	Saya merasa aman jika membeli makanan berlabel halal				
16	Orang tua tidak melarang saya membeli makanan tidak halal				
17	Saya tidak merasa cemas jika membeli makanan yang tidak ada label halalnya				
18	Mudah bagi saya menemukan tempat makan halal di lingkungan saya tinggal				
19	Orang-orang tidak akan memandang saya buruk jika membeli makanan tidak halal				

Lampiran 2

Blueprint Skala Orientasi Religiusitas



A. Blue Print Skala Orientasi Religiusitas

Blue print skala sebelum try out

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1	Religiusitas Instrinsik	1, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 13	-	8
2	Religiusitas Ekstrinsik	2, 5, 7, 11, 12, 14	-	6
Total item		14	-	14

Blue print skala sesudah try out

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1	Religiusitas Instrinsik	1, 4, 6, 8, 9, 10, 13	-	7
2	Religiusitas Ekstrinsik	5, 11, 12	-	3
Total item		10	-	10

B. Skala Orientasi Religiusitas (Sebelum Try Out)

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya selalu merasakan kehadiran Allah dalam hidup saya				
2	Saya pergi ke Masjid karena membantu saya dalam hal pertemanan				
3	Saya berdoa semata-mata untuk mendapatkan ketenangan dan perlindungan				
4	Berdoa kepada Allah memberikan ketenangan dan kebahagiaan				
5	Meskipun saya orang mempercayai agama, tapi ada banyak perkara lain yang lebih penting dalam hidup				
6	Penting bagi saya mempunyai waktu untuk bertafakur dan berdoa				
7	Saya pergi ke Masjid karena saya senang bertemu dengan orang yang saya kenal				
8	Saya senang mempelajari tentang pemahaman agama saya				
9	Seluruh pendekatan hidup saya berdasarkan ajaran agama				
10	Keyakinan agama paling banyak memberikan ketenangan sewaktu saya mengalami kesulitan dan kesedihan				
11	Tidak penting apa yang saya percayai asalkan saya orang yang baik				
12	Saya pergi ke Masjid untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman saya				
13	Saya mencoba dengan kuat untuk hidup mengikuti keyakinan agama saya				
14	Meskipun saya orang mengamalkan agama, saya tidak membiarkan urusan terkait agama mengganggu kehidupan sehari-hari saya				

C. Skala Orientasi Religiusitas (Sebelum Try Out)

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya selalu merasakan kehadiran Allah dalam hidup saya				
2	Berdoa kepada Allah memberikan ketenangan dan kebahagiaan				
3	Meskipun saya orang mempercayai agama, tapi ada banyak perkara lain yang lebih penting dalam hidup				
4	Penting bagi saya mempunyai waktu untuk bertafakur dan berdoa				
5	Saya senang mempelajari tentang pemahaman agama saya				
6	Seluruh pendekatan hidup saya berdasarkan ajaran agama				
7	Keyakinan agama paling banyak memberikan ketenangan sewaktu saya mengalami kesulitan dan kesedihan				
8	Tidak penting apa yang saya percayai asalkan saya orang yang baik				
9	Saya pergi ke Masjid untuk menghabiskan waktu dengan teman-teman saya				
10	Saya mencoba dengan kuat untuk hidup mengikuti keyakinan agama saya				

Lampiran 3

Validitas dan Reliabilitas Instrumen



Uji ke-1 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Membeli Makanan Halal
Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,853	36

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	118,17	124,143	,291	,850
item2	118,52	122,697	,257	,852
item3	118,77	124,563	,162	,854
item4	118,23	120,260	,495	,846
item5	118,34	120,631	,517	,845
item6	118,38	118,299	,534	,844
item7	118,10	120,697	,460	,846
item8	118,39	123,493	,270	,851
item9	118,26	120,437	,409	,847
item10	118,34	125,055	,174	,853
item11	118,89	122,180	,271	,851
item12	118,10	119,465	,619	,843
item13	118,02	123,293	,297	,850
item14	118,85	123,361	,218	,853
item15	118,43	123,621	,280	,851
item16	118,04	124,867	,256	,851
item17	118,44	121,501	,383	,848
item18	118,16	124,802	,163	,854
item19	118,37	120,296	,509	,845
item20	118,44	119,340	,532	,844
item21	118,02	121,676	,407	,848
item22	118,09	123,517	,297	,850
item23	118,45	121,886	,277	,851
item24	118,26	119,346	,581	,844
item25	118,42	122,347	,323	,850
item26	118,06	124,663	,260	,851
item27	117,97	124,050	,402	,849
item28	118,16	128,318	-,016	,859
item29	118,40	120,828	,415	,847

item30	118,42	119,822	,418	,847
item31	118,41	125,982	,107	,855
item32	118,17	121,637	,367	,849
item33	118,25	119,846	,449	,846
item34	118,44	119,481	,461	,846
item35	118,16	120,378	,458	,846
item36	118,23	121,755	,428	,847

Uji ke-2 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Membeli Makanan Halal

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,848	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item3	65,09	56,648	,172	,854
item4	64,55	54,452	,453	,840
item5	64,66	54,550	,490	,839
item7	64,42	53,882	,501	,838
item9	64,58	53,236	,481	,839
item12	64,42	53,216	,654	,833
item17	64,76	54,952	,371	,844
item19	64,69	54,661	,449	,841
item20	64,76	52,952	,576	,835
item21	64,34	55,378	,367	,844
item24	64,58	53,903	,533	,837
item25	64,74	55,326	,327	,846
item27	64,29	57,077	,341	,845
item29	64,72	54,426	,410	,842
item30	64,74	53,386	,440	,841
item32	64,49	54,333	,417	,842
item33	64,57	53,844	,436	,841
item34	64,76	53,538	,454	,840
item35	64,48	53,686	,494	,838

item36	64,55	55,826	,347	,844
--------	-------	--------	------	------

Uji ke-3 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Membeli Makanan Halal

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,854	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item4	61,63	51,387	,451	,847
item5	61,74	51,467	,490	,846
item7	61,50	50,899	,493	,846
item9	61,66	50,328	,468	,847
item12	61,50	50,333	,636	,841
item17	61,84	51,752	,380	,851
item19	61,77	51,593	,447	,848
item20	61,84	49,873	,580	,842
item21	61,42	52,084	,386	,850
item24	61,66	50,752	,542	,844
item25	61,82	52,270	,322	,853
item27	61,37	53,953	,338	,852
item29	61,80	51,152	,428	,848
item30	61,82	50,371	,437	,848
item32	61,57	51,460	,398	,850
item33	61,65	50,816	,433	,848
item34	61,84	50,338	,467	,847
item35	61,56	50,471	,509	,845
item36	61,63	52,518	,367	,851

Uji ke-1 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Orientasi Religiusitas Intrinsik

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	200	100,0
Excluded ^a	0	,0

Total	200	100,0
-------	-----	-------

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,710	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	22,64	8,493	,434	,676
item3	22,82	8,962	,205	,725
item4	22,63	8,226	,499	,663
item6	23,00	8,121	,467	,667
item8	22,99	7,930	,494	,661
item9	23,08	8,673	,309	,701
item10	22,97	7,943	,458	,668
item13	23,01	8,226	,377	,687

Uji ke-2 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Orientasi Religiusitas Intrinsik

Case Processing Summary

	N	%
Valid	200	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	200	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,725	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	19,30	7,186	,421	,697
item4	19,29	6,898	,500	,679
item6	19,66	6,688	,503	,676

item8	19,65	6,580	,508	,674
item9	19,74	7,321	,304	,724
item10	19,63	6,577	,476	,682
item13	19,67	6,958	,358	,713

Uji ke-1 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Orientasi Religiusitas Ekstrinsik

Case Processing Summary

	N	%
Valid	200	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	200	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item2	14,17	8,108	,303	,591
item5	14,16	6,416	,544	,486
item7	14,76	8,806	,095	,657
item11	14,47	6,482	,461	,522
item12	14,43	6,185	,503	,500
item14	14,30	8,229	,193	,629

Uji ke-2 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Orientasi Religiusitas Ekstrinsik

Case Processing Summary

	N	%
Valid	200	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	200	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,699	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item2	8,71	5,765	,298	,730
item5	8,71	4,119	,612	,551
item11	9,02	4,306	,475	,643
item12	8,97	3,899	,569	,577

Uji ke-3 Validitas & Reliabilitas Skala Intensi Orientasi Religiusitas Ekstrinsik

Case Processing Summary

	N	%
Valid	200	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	200	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,730	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item5	5,62	2,982	,594	,598
item11	5,93	3,035	,489	,717
item12	5,88	2,709	,579	,609

Lampiran 4

Hasil Analisis Data



Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Data Demografis Subjek

Statistics

	Jenis Kelamin	Usia	Jumlah Uang Saku	Fakultas
N	Valid 350	350	350	350
	Missing 0	0	0	0
Mean	1,62	19,99	1,74	5,34
Std. Error of Mean	,026	,091	,032	,163
Median	2,00	20,00	2,00	5,00
Mode	2	18	2	2
Std. Deviation	,486	1,694	,594	3,044
Variance	,236	2,868	,353	9,267
Range	1	7	2	9
Minimum	1	18	1	1
Maximum	2	25	3	10
Sum	567	6995	609	1868

Frequency Table

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-Laki	133	38,0	38,0	38,0
Perempuan	217	62,0	62,0	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18	81	23,1	23,1	23,1
19	79	22,6	22,6	45,7
20	62	17,7	17,7	63,4
21	67	19,1	19,1	82,6
22	34	9,7	9,7	92,3
23	13	3,7	3,7	96,0
24	8	2,3	2,3	98,3
25	6	1,7	1,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Jumlah Uang Saku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <1jt	119	34,0	34,0	34,0
1jt-2jt	203	58,0	58,0	92,0
>2jt	28	8,0	8,0	100,0

Total	350	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Fakultas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
FT	40	11,4	11,4	11,4
FEB	50	14,3	14,3	25,7
FH	37	10,6	10,6	36,3
FK	25	7,1	7,1	43,4
F.Psi	30	8,6	8,6	52,0
Valid FISIP	30	8,6	8,6	60,6
FPP	37	10,6	10,6	71,1
FAI	23	6,6	6,6	77,7
FKIP	36	10,3	10,3	88,0
FIKES	42	12,0	12,0	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Variabel Penelitian

Statistics

	Intensi Membeli Makanan Halal	Orientasi Religiusitas
N Valid	350	350
Missing	0	0
Mean	66,51	32,11
Std. Error of Mean	,296	,178
Median	67,00	32,00
Mode	70	32
Std. Deviation	5,537	3,329
Variance	30,658	11,079
Range	27	27
Minimum	49	13
Maximum	76	40
Sum	23277	11239

Frequency Table

Intensi Membeli Makanan Halal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 49	1	,3	,3	,3
52	2	,6	,6	,9

53	3	,9	,9	1,7
54	5	1,4	1,4	3,1
55	4	1,1	1,1	4,3
56	5	1,4	1,4	5,7
57	8	2,3	2,3	8,0
59	9	2,6	2,6	10,6
60	13	3,7	3,7	14,3
61	16	4,6	4,6	18,9
62	14	4,0	4,0	22,9
63	24	6,9	6,9	29,7
64	16	4,6	4,6	34,3
65	23	6,6	6,6	40,9
66	18	5,1	5,1	46,0
67	20	5,7	5,7	51,7
68	22	6,3	6,3	58,0
69	24	6,9	6,9	64,9
70	33	9,4	9,4	74,3
71	22	6,3	6,3	80,6
72	23	6,6	6,6	87,1
73	15	4,3	4,3	91,4
74	9	2,6	2,6	94,0
75	12	3,4	3,4	97,4
76	9	2,6	2,6	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Orientasi Religiusitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
13	1	,3	,3	,3
23	3	,9	,9	1,1
24	1	,3	,3	1,4
25	3	,9	,9	2,3
26	8	2,3	2,3	4,6
27	11	3,1	3,1	7,7
Valid 28	21	6,0	6,0	13,7
29	23	6,6	6,6	20,3
30	26	7,4	7,4	27,7
31	34	9,7	9,7	37,4
32	60	17,1	17,1	54,6
33	38	10,9	10,9	65,4
34	47	13,4	13,4	78,9

35	25	7,1	7,1	86,0
36	25	7,1	7,1	93,1
37	10	2,9	2,9	96,0
38	5	1,4	1,4	97,4
39	3	,9	,9	98,3
40	6	1,7	1,7	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Uji Statistik Deskriptif Frekuensi Aspek-Aspek Penelitian

Statistics

	Sikap terhadap Perilaku	Norma Subjektif	Kontrol Perilaku	Religiusitas Intrinsik	Religiusitas Ekstrinsik
N Valid	350	350	350	350	350
Missing	0	0	0	0	0
Mean	18,09	24,63	23,78	24,98	7,13
Std. Error of Mean	,100	,129	,132	,150	,090
Median	19,00	25,00	24,00	25,00	7,00
Mode	19	25	24	28	7
Std. Deviation	1,864	2,422	2,476	2,805	1,687
Variance	3,476	5,867	6,130	7,868	2,846
Range	12	10	15	20	9
Minimum	8	18	13	8	3
Maximum	20	28	28	28	12
Sum	6332	8621	8324	8744	2495

Frequency Table

Sikap terhadap Perilaku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
8,00	1	,3	,3	,3
11,00	1	,3	,3	,6
12,00	1	,3	,3	,9
13,00	4	1,1	1,1	2,0
14,00	8	2,3	2,3	4,3
Valid 15,00	24	6,9	6,9	11,1
16,00	24	6,9	6,9	18,0
17,00	45	12,9	12,9	30,9
18,00	57	16,3	16,3	47,1
19,00	98	28,0	28,0	75,1
20,00	87	24,9	24,9	100,0

Total	350	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Norma Subjektif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18,00	2	,6	,6	,6
19,00	3	,9	,9	1,4
20,00	15	4,3	4,3	5,7
21,00	28	8,0	8,0	13,7
22,00	24	6,9	6,9	20,6
23,00	32	9,1	9,1	29,7
24,00	53	15,1	15,1	44,9
25,00	57	16,3	16,3	61,1
26,00	45	12,9	12,9	74,0
27,00	39	11,1	11,1	85,1
28,00	52	14,9	14,9	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Kontrol Perilaku

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 13,00	1	,3	,3	,3
15,00	1	,3	,3	,6
16,00	1	,3	,3	,9
18,00	4	1,1	1,1	2,0
19,00	7	2,0	2,0	4,0
20,00	15	4,3	4,3	8,3
21,00	32	9,1	9,1	17,4
22,00	45	12,9	12,9	30,3
23,00	46	13,1	13,1	43,4
24,00	57	16,3	16,3	59,7
25,00	53	15,1	15,1	74,9
26,00	35	10,0	10,0	84,9
27,00	32	9,1	9,1	94,0
28,00	21	6,0	6,0	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Religiusitas Instrinsik

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
8	1	,3	,3	,3
15	2	,6	,6	,9
16	2	,6	,6	1,4
18	3	,9	,9	2,3
19	5	1,4	1,4	3,7
20	6	1,7	1,7	5,4
21	19	5,4	5,4	10,9
Valid 22	21	6,0	6,0	16,9
23	33	9,4	9,4	26,3
24	44	12,6	12,6	38,9
25	41	11,7	11,7	50,6
26	46	13,1	13,1	63,7
27	48	13,7	13,7	77,4
28	79	22,6	22,6	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Religiusitas Ekstrinsik

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	3	,9	,9	,9
4	15	4,3	4,3	5,1
5	28	8,0	8,0	13,1
6	80	22,9	22,9	36,0
7	94	26,9	26,9	62,9
Valid 8	75	21,4	21,4	84,3
9	26	7,4	7,4	91,7
10	13	3,7	3,7	95,4
11	8	2,3	2,3	97,7
12	8	2,3	2,3	100,0
Total	350	100,0	100,0	

Uji Asumsi Klasik & Analisis Regresi Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Religiusitas Ekstrinsik, Religiusitas Instrinsik ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.530 ^a	.280	.276	4.710	1.986

a. Predictors: (Constant), Religiusitas Ekstrinsik, Religiusitas Instrinsik

b. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3000.851	2	1500.426	67.629	.000 ^b
	Residual	7698.637	347	22.186		
	Total	10699.489	349			

a. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

b. Predictors: (Constant), Religiusitas Ekstrinsik, Religiusitas Instrinsik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	47.123	2.463		19.134	.000		
Religiusitas Instrinsik	.974	.090	.494	10.831	.000	.999	1.001
Religiusitas Ekstrinsik	-.696	.150	-.212	-4.651	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Religiusitas Instrinsik	Religiusitas Ekstrinsik
1	1	2.957	1.000	.00	.00	.01
2	2	.037	8.906	.03	.07	.94
3	3	.006	22.297	.97	.92	.05

a. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	51.44	72.32	66.51	2.932	350
Std. Predicted Value	-5.138	1.982	.000	1.000	350
Standard Error of Predicted Value	.253	1.569	.410	.149	350

Adjusted Predicted Value	51.74	72.30	66.51	2.934	350
Residual	-14.586	11.827	.000	4.697	350
Std. Residual	-3.097	2.511	.000	.997	350
Stud. Residual	-3.102	2.563	.000	1.002	350
Deleted Residual	-14.634	12.325	.000	4.743	350
Stud. Deleted Residual	-3.141	2.584	-.001	1.005	350
Mahal. Distance	.006	37.716	1.994	2.906	350
Cook's Distance	.000	.092	.003	.008	350
Centered Leverage Value	.000	.108	.006	.008	350

a. Dependent Variable: Intensi Membeli Makanan Halal

Uji Normalitas *Kromogorov - Smirov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		350
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.69671506
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.037
	Negative	-.046
Kolmogorov-Smirnov Z		.853
Asymp. Sig. (2-tailed)		.460

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 5

Tabulasi Data



Tabulasi Data Subjek Penelitian

No	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Fak.	Uang Saku	Intensi Membeli Makanan Halal	Kategori	Religiusitas Instrinsik	Kategori	Religiusitas Ekstrinsik	Kategori
1	Hilman	21	Laki-Laki	FT	<1jt	69	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
2	Andre	19	Laki-Laki	FKIP	1jt-2jt	63	Sedang	22	Tinggi	8	Sedang
3	Findra	18	Laki-Laki	FKIP	<1jt	73	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
4	Gandhi	18	Laki-Laki	FKIP	<1jt	69	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
5	M Afhif	18	Laki-Laki	FKIP	1jt-2jt	70	Sedang	24	Tinggi	5	Rendah
6	lambilisa	25	Perempuan	FEB	>2jt	61	Sedang	28	Tinggi	12	Tinggi
7	Arisna	19	Perempuan	FEB	>2jt	62	Sedang	28	Tinggi	12	Tinggi
8	ar eecha	25	Perempuan	FEB	>2jt	61	Sedang	27	Tinggi	10	Tinggi
9	Riski	20	Laki-Laki	FT	<1jt	67	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
10	ekananda	19	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	73	Tinggi	26	Tinggi	7	Sedang
11	adella	20	Perempuan	FKIP	<1jt	57	Rendah	20	Sedang	7	Sedang
12	Firtria	18	Perempuan	FKIP	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
13	Yuliana	20	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
14	afandhy	20	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	63	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
15	Belicia	19	Perempuan	FT	<1jt	65	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
16	Arya	18	Laki-Laki	FEB	<1jt	74	Tinggi	27	Tinggi	5	Rendah
17	Khobir	19	Laki-Laki	FEB	<1jt	65	Sedang	26	Tinggi	9	Tinggi
18	Renaldi	19	Laki-Laki	FEB	<1jt	70	Sedang	26	Tinggi	10	Tinggi
19	Geovan	18	Laki-Laki	FEB	<1jt	71	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang

20	M Rizky	18	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	73	Tinggi	25	Tinggi	7	Sedang
21	Fajar	18	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	68	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang
22	Vicky	19	Laki-Laki	FEB	<1jt	68	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang
23	Rizqi	18	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	74	Tinggi	26	Tinggi	7	Sedang
24	Nur Effenfi	25	Laki-Laki	FKIP	<1jt	66	Sedang	25	Tinggi	6	Sedang
25	Lukfon	23	Laki-Laki	FKIP	<1jt	60	Rendah	28	Tinggi	10	Tinggi
26	Eva	19	Perempuan	FT	1jt-2jt	67	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
27	Ayu An P S	18	Perempuan	FT	1jt-2jt	63	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
28	Rizal	25	Laki-Laki	FKIP	<1jt	60	Rendah	28	Tinggi	9	Tinggi
29	Meryta	20	Perempuan	FEB	<1jt	68	Sedang	21	Tinggi	8	Sedang
30	Jainuri	21	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	67	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
31	Cindy	22	Perempuan	FT	1jt-2jt	69	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
32	Agung	22	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	63	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
33	Putri	21	Perempuan	FT	1jt-2jt	72	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
34	Nurul F	21	Perempuan	FT	<1jt	72	Sedang	27	Tinggi	5	Rendah
35	Rezky A	18	Laki-Laki	FEB	<1jt	71	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
36	Mulki	22	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	75	Tinggi	25	Tinggi	7	Sedang
37	Bq Wihan	18	Perempuan	FEB	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	8	Sedang
38	Feni	18	Perempuan	FEB	<1jt	71	Sedang	28	Tinggi	9	Tinggi
39	Melia K	18	Perempuan	FEB	<1jt	64	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
40	Bagus I	18	Laki-Laki	FKIP	<1jt	70	Sedang	27	Tinggi	6	Sedang
41	Firda	18	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	59	Rendah	21	Tinggi	7	Sedang
42	Sedayu	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
43	Noviando I	24	Laki-Laki	FISIP	<1jt	75	Tinggi	28	Tinggi	5	Rendah

44	Hariadi	23	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	76	Tinggi	27	Tinggi	6	Sedang
45	Awi	19	Perempuan	FKIP	<1jt	61	Sedang	28	Tinggi	9	Tinggi
46	Dian Q	19	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	62	Sedang	21	Tinggi	8	Sedang
47	Rizky	18	Laki-Laki	FPP	<1jt	71	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
48	Wildan Isa	20	Laki-Laki	FKIP	<1jt	71	Sedang	21	Sedang	6	Sedang
49	Sulistryanto	22	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	64	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
50	Riza	21	Perempuan	FEB	<1jt	62	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
51	Tyas M S	19	Perempuan	FEB	1jt-2jt	69	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
52	Novi R	19	Perempuan	FEB	<1jt	76	Tinggi	26	Tinggi	8	Sedang
53	Anggie	19	Perempuan	FEB	<1jt	59	Rendah	24	Tinggi	8	Sedang
54	Febbi Dea	19	Perempuan	FEB	1jt-2jt	72	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
55	Diya Putri I	18	Perempuan	FAI	<1jt	72	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
56	Siti A S	20	Perempuan	FAI	<1jt	72	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
57	Dwi C	21	Perempuan	FEB	1jt-2jt	66	Sedang	27	Tinggi	10	Tinggi
58	Tutut	19	Perempuan	FEB	1jt-2jt	60	Rendah	28	Tinggi	12	Tinggi
59	Karenda	18	Perempuan	FEB	>2jt	74	Tinggi	28	Tinggi	7	Sedang
60	Fauziah	20	Perempuan	FEB	1jt-2jt	64	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
61	Mulyati	19	Perempuan	FEB	>2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	12	Tinggi
62	Sri Mulyani	20	Perempuan	FEB	<1jt	75	Tinggi	28	Tinggi	12	Tinggi
63	Anita	21	Perempuan	FAI	1jt-2jt	62	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
64	Ririn	22	Perempuan	FAI	<1jt	61	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
65	Hanifa	21	Perempuan	FAI	1jt-2jt	65	Sedang	27	Tinggi	6	Sedang
66	Vira Okta	19	Perempuan	FAI	1jt-2jt	71	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
67	Hosiyah	18	Perempuan	FEB	1jt-2jt	73	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang

68	Nur K	21	Perempuan	FEB	<1jt	72	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
69	Dewi Cahya	21	Perempuan	FEB	<1jt	67	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
70	Aidita	20	Perempuan	FEB	<1jt	69	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
71	Wiendi r s	20	Perempuan	FEB	<1jt	60	Rendah	24	Tinggi	7	Sedang
72	Suci Amalia	19	Perempuan	FEB	<1jt	69	Sedang	22	Sedang	5	Rendah
73	Ananda	20	Perempuan	FAI	1jt-2jt	60	Rendah	25	Tinggi	6	Sedang
74	Novia	21	Perempuan	FEB	<1jt	68	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
75	Ika Dwi	22	Perempuan	FEB	<1jt	56	Rendah	21	Tinggi	7	Sedang
76	Desy	20	Perempuan	FEB	1jt-2jt	65	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
77	Fitri	21	Perempuan	FEB	1jt-2jt	56	Rendah	28	Tinggi	8	Sedang
78	Widiya r	20	Perempuan	FEB	<1jt	70	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
79	Arlia	20	Perempuan	FT	<1jt	70	Sedang	28	Tinggi	5	Rendah
80	Juniarti	19	Perempuan	FT	<1jt	71	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
81	nurnilamsari	18	Perempuan	FEB	<1jt	69	Sedang	27	Tinggi	3	Rendah
82	presintia	21	Perempuan	FEB	1jt-2jt	65	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
83	rini kusuma	21	Perempuan	FEB	1jt-2jt	65	Sedang	23	Tinggi	7	Sedang
84	Aradea	20	Perempuan	FEB	1jt-2jt	66	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
85	nidhia nur a	21	Perempuan	FEB	1jt-2jt	69	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
86	Rizky	18	Perempuan	FKIP	<1jt	63	Sedang	27	Tinggi	8	Sedang
87	ainun ch s	19	Perempuan	FKIP	<1jt	67	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
88	Ci	21	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	71	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
89	Dita	22	Perempuan	FKIP	>2jt	67	Sedang	25	Tinggi	4	Rendah
90	Eka	20	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	65	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
91	Jaitun	21	Perempuan	FKIP	<1jt	70	Sedang	21	Sedang	6	Sedang

92	yina umi	20	Perempuan	FKIP	<1jt	66	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
93	surian syah	20	Laki-Laki	FKIP	<1jt	70	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
94	juwinda	19	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	68	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
95	dhea i	19	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	72	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
96	Ayu kumala	19	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	76	Tinggi	28	Tinggi	4	Rendah
97	aprilia f	18	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	63	Sedang	25	Tinggi	6	Sedang
98	heni pujiati	19	Perempuan	FKIP	>2jt	62	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
99	aulia intan d	20	Perempuan	FKIP	<1jt	63	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
100	dika s p	19	Laki-Laki	FT	<1jt	69	Sedang	24	Tinggi	5	Rendah
101	m rifai	18	Laki-Laki	FT	<1jt	61	Sedang	26	Tinggi	10	Tinggi
102	dwi agustian	21	Laki-Laki	FT	<1jt	62	Sedang	26	Tinggi	9	Tinggi
103	dwi sandy p	19	Laki-Laki	FT	<1jt	64	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
104	abi M	19	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	71	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
105	Afifatin	18	Perempuan	FAI	<1jt	71	Sedang	25	Tinggi	5	Rendah
106	aisyah	20	Perempuan	FAI	1jt-2jt	74	Tinggi	27	Tinggi	5	Rendah
107	May Nur	18	Perempuan	FAI	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
108	Nanda I	18	Perempuan	FAI	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	11	Tinggi
109	Aisyah K A	18	Perempuan	FAI	<1jt	70	Sedang	27	Tinggi	6	Sedang
110	Amin	21	Laki-Laki	FPP	<1jt	61	Sedang	26	Tinggi	5	Rendah
111	Sholvvia	19	Perempuan	FPP	1jt-2jt	69	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
112	Moch A N	20	Laki-Laki	FPP	<1jt	65	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
113	Rio Kusuma	21	Laki-Laki	FAI	1jt-2jt	64	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
114	M. B	23	Laki-Laki	FAI	1jt-2jt	64	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
115	Sholeh	23	Laki-Laki	FAI	1jt-2jt	66	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang

116	Hely Adriyanto	24	Laki-Laki	FEB	<1jt	67	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
117	Febrianan R	24	Perempuan	FAI	>2jt	68	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
118	Rahmadi		Laki-Laki	FAI	>2jt	76	Tinggi	28	Tinggi	4	Rendah
119	Aminah	24	Perempuan	FH	1jt-2jt	55	Rendah	23	Tinggi	8	Sedang
120	Reatu Abdul	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	53	Rendah	19	Tinggi	9	Tinggi
121	Septifania K	21	Perempuan	FH	1jt-2jt	73	Tinggi	27	Tinggi	6	Sedang
122	Adibatus	21	Perempuan	FH	1jt-2jt	67	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
123	Dewi S	20	Perempuan	FH	<1jt	65	Sedang	26	Tinggi	5	Rendah
124	Lifa Mauli	18	Perempuan	FKIP	<1jt	69	Sedang	28	Tinggi	9	Tinggi
125	Tia Diana M	18	Perempuan	FKIP	<1jt	67	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
126	Qurrota A T	18	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	61	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
127	Woro P	19	Laki-Laki	FKIP	<1jt	63	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
128	Rerin M	18	Perempuan	FKIP	<1jt	76	Tinggi	26	Tinggi	7	Sedang
129	Dwi N	18	Perempuan	FKIP	1jt-2jt	65	Sedang	28	Tinggi	5	Rendah
130	Larasati Nur	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	54	Rendah	18	Sedang	8	Sedang
131	M. Aji C.R	20	Laki-Laki	F.Psi	<1jt	71	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang
132	Bianca N	21	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	66	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
133	EWP	20	Perempuan	F.Psi	>2jt	66	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
134	Afra UNT	19	Perempuan	F.Psi	>2jt	65	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
135	Mawar	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	61	Sedang	18	Sedang	8	Sedang
136	Nidya E.W	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	63	Sedang	20	Tinggi	8	Sedang
137	Widudu	21	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	63	Sedang	22	Tinggi	8	Sedang
138	Fatihatum	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	73	Tinggi	23	Tinggi	10	Tinggi

139	Sekar	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	67	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
140	Trifebti S	20	Perempuan	FT	1jt-2jt	71	Sedang	25	Tinggi	6	Sedang
141	Eko Sugeng	18	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	64	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
142	Nur Riyan	18	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	61	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
143	Veronica R	18	Perempuan	FT	<1jt	60	Rendah	24	Tinggi	7	Sedang
144	Hfiz Alka	18	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	65	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
145	Mursyidah	18	Perempuan	FT	<1jt	66	Sedang	25	Tinggi	5	Rendah
146	M.Er	19	Laki-Laki	FT	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
147	Lili Sandya	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	67	Sedang	23	Sedang	4	Rendah
148	Riska	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	61	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang
149	Wildan Z	20	Laki-Laki	F.Psi	<1jt	56	Rendah	18	Sedang	7	Sedang
150	Salma Q A	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	59	Rendah	25	Tinggi	6	Sedang
151	An Nisa R.	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	53	Rendah	22	Tinggi	7	Sedang
152	Nila	18	Perempuan	F.Psi	<1jt	66	Sedang	21	Sedang	6	Sedang
153	Antung K	19	Perempuan	FH	>2jt	65	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
154	Ozan 21	21	Laki-Laki	FH	<1jt	62	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
155	Rizky Riyan	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	64	Sedang	21	Tinggi	7	Sedang
156	Bey Arofat	20	Laki-Laki	FEB	>2jt	53	Rendah	26	Tinggi	7	Sedang
157	Rizal	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	63	Sedang	24	Tinggi	12	Tinggi
158	Nabila F	18	Perempuan	FH	<1jt	75	Tinggi	27	Tinggi	7	Sedang
159	Umi S	20	Perempuan	FH	1jt-2jt	72	Sedang	27	Tinggi	6	Sedang
160	Elfir Rizka	19	Perempuan	FH	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
161	Nyimas A	19	Perempuan	FH	<1jt	75	Tinggi	27	Tinggi	6	Sedang
162	L. Yasril	18	Laki-Laki	FT	<1jt	64	Sedang	25	Tinggi	11	Tinggi

	Imran										
163	Musmuliady	19	Laki-Laki	FT	<1jt	63	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
164	Puspa S	18	Perempuan	FT	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	10	Tinggi
165	Bunga N	18	Perempuan	FT	<1jt	65	Sedang	22	Tinggi	6	Sedang
166	Reza Rang	19	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	70	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
167	Bagus Rijai	18	Laki-Laki	FT	<1jt	76	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
168	Cahyadi R	18	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	66	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
169	Sugesta Aria	18	Laki-Laki	FT	<1jt	63	Sedang	24	Tinggi	5	Rendah
170	Yumi Nur	18	Perempuan	FH	>2jt	71	Sedang	27	Tinggi	5	Rendah
171	Isma F	18	Perempuan	FH	1jt-2jt	56	Rendah	28	Tinggi	7	Sedang
172	Putri	18	Perempuan	FEB	1jt-2jt	68	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
173	Adhe	19	Laki-Laki	FT	<1jt	67	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
174	Aliyana A K	18	Perempuan	FT	<1jt	70	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
175	Noviana A	19	Perempuan	FT	1jt-2jt	72	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
176	Achmad R	18	Laki-Laki	FT	<1jt	73	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
177	Ichwan W	19	Laki-Laki	FT	<1jt	66	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
178	Achmas A	18	Laki-Laki	FT	<1jt	54	Rendah	25	Tinggi	8	Sedang
179	Adkhan K D	19	Laki-Laki	FT	1jt-2jt	54	Rendah	20	Sedang	6	Sedang
180	Wiantaniant	19	Laki-Laki	FT	<1jt	76	Tinggi	28	Tinggi	11	Tinggi
181	M khoirudin	19	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	55	Rendah	26	Tinggi	11	Tinggi
182	Vira	19	Perempuan	FH	1jt-2jt	55	Rendah	27	Tinggi	10	Tinggi
183	Kharisma	19	Perempuan	FH	1jt-2jt	71	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
184	Dea Aurilla	18	Perempuan	FH	<1jt	69	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
185	Noorhaliza	19	Perempuan	FH	1jt-2jt	67	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang

186	Jayanti	18	Perempuan	FH	1jt-2jt	70	Sedang	27	Tinggi	8	Sedang
187	Evin Dwi N	21	Laki-Laki	FEB	1jt-2jt	65	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
188	Mr. B	22	Laki-Laki	FH	<1jt	63	Sedang	28	Tinggi	12	Tinggi
189	Hamdan Eka	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	64	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
190	Jhuanda F	19	Perempuan	FH	<1jt	67	Sedang	28	Tinggi	10	Tinggi
191	Oad Jaggar	20	Laki-Laki	FH	>2jt	69	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
192	M. Mega A	21	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	60	Rendah	28	Tinggi	6	Sedang
193	Khuribatul	20	Perempuan	FH	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
194	Nurmawan	24	Laki-Laki	FH	<1jt	49	Rendah	8	Rendah	5	Rendah
195	Ayu Diana	24	Perempuan	FH	<1jt	73	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
196	Sandi B	23	Laki-Laki	FH	<1jt	56	Rendah	21	Tinggi	8	Sedang
197	Bagus S	25	Laki-Laki	FH	<1jt	64	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
198	Harudryyan	24	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	59	Rendah	23	Tinggi	6	Sedang
199	Yeppi Se	23	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	57	Rendah	27	Tinggi	9	Tinggi
200	Idza Fariha	22	Perempuan	FK	>2jt	68	Sedang	27	Tinggi	11	Tinggi
201	Nia	20	Perempuan	FK	1jt-2jt	65	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
202	Intan P	21	Perempuan	FK	1jt-2jt	68	Sedang	15	Sedang	8	Sedang
203	Farah M.T	21	Perempuan	FK	1jt-2jt	70	Sedang	23	Tinggi	5	Rendah
204	Farhan F	19	Laki-Laki	FK	1jt-2jt	63	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
205	Lailatul M	20	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	63	Sedang	22	Tinggi	6	Sedang
206	Siti Ainun	20	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	71	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
207	Niken Aulia	21	Perempuan	FK	1jt-2jt	66	Sedang	20	Tinggi	8	Sedang
208	Abelia	20	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	63	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
209	Fitri	20	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	74	Tinggi	27	Tinggi	5	Rendah

210	Raina R	22	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	54	Rendah	16	Sedang	8	Sedang
211	Bella	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	57	Rendah	19	Sedang	6	Sedang
212	Vita	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	60	Rendah	27	Tinggi	6	Sedang
213	Nailla Azimah	21	Perempuan	FK	1jt-2jt	72	Sedang	22	Tinggi	7	Sedang
214	Alifa	19	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	71	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
215	Desta H	19	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	73	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
216	Zakiata S A	19	Perempuan	FIKES	<1jt	71	Sedang	25	Tinggi	9	Tinggi
217	Mardiana Y	19	Perempuan	FK	<1jt	70	Sedang	23	Tinggi	5	Rendah
218	Putrindya Y	18	Perempuan	FIKES	<1jt	66	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
219	M. Nur	18	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	5	Rendah
220	Ruri Harlina	22	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	60	Rendah	23	Tinggi	9	Tinggi
221	Zakiyatul U	18	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
222	AAH	21	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	66	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
223	AR	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	70	Sedang	22	Sedang	4	Rendah
224	Annisa	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
225	M. Deni P	21	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
226	Agus	21	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	68	Sedang	26	Tinggi	9	Tinggi
227	T	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	74	Tinggi	28	Tinggi	8	Sedang
228	Indah Suci I	18	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	72	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
229	Zata	18	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	61	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
230	S.K	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	72	Sedang	28	Tinggi	5	Rendah
231	CRA	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	72	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
232	Nadia	19	Perempuan	FIKES	<1jt	72	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang

233	I	23	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	60	Rendah	23	Tinggi	8	Sedang
234	M. Novrizal	18	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
235	Lia Novita S	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	68	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
236	Ina Syahda	18	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
237	Alfira	20	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	62	Sedang	21	Sedang	6	Sedang
238	Devi S	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	57	Rendah	23	Tinggi	7	Sedang
239	Jenny Kim	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	64	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
240	Dina Sita	19	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	74	Tinggi	24	Tinggi	6	Sedang
241	Hajijah	22	Perempuan	FK	1jt-2jt	63	Sedang	27	Tinggi	8	Sedang
242	Fenei Utami	22	Perempuan	FK	<1jt	70	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
243	Ela	23	Perempuan	FK	1jt-2jt	66	Sedang	22	Tinggi	8	Sedang
244	Fadilah A	21	Laki-Laki	FK	1jt-2jt	61	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
245	Lucita Puspa	22	Perempuan	FK	1jt-2jt	71	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
246	Lisa Multi	22	Laki-Laki	FK	1jt-2jt	70	Sedang	23	Tinggi	7	Sedang
247	Hardi	22	Laki-Laki	FK	1jt-2jt	54	Rendah	21	Sedang	5	Rendah
248	Nisa	23	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	60	Rendah	21	Tinggi	7	Sedang
249	Citra	18	Perempuan	FK	1jt-2jt	66	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
250	A Nurly 19	19	Perempuan	FK	1jt-2jt	65	Sedang	25	Tinggi	6	Sedang
251	Fatihatul	18	Perempuan	FK	1jt-2jt	62	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
252	Vike	22	Perempuan	FK	1jt-2jt	70	Sedang	23	Tinggi	7	Sedang
253	Meuthia	20	Perempuan	FK	1jt-2jt	68	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
254	Mida	22	Perempuan	FK	>2jt	69	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
255	D	23	Laki-Laki	FK	>2jt	67	Sedang	25	Tinggi	9	Tinggi
256	Faiq Shabri	21	Laki-Laki	FK	1jt-2jt	61	Sedang	21	Tinggi	7	Sedang

257	M. Fathur	21	Laki-Laki	FK	>2jt	62	Sedang	21	Tinggi	7	Sedang
258	Mina	20	Perempuan	FK	>2jt	63	Sedang	19	Sedang	7	Sedang
259	A	22	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	55	Rendah	21	Sedang	6	Sedang
260	DNI	23	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	67	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
261	RU	22	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	70	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
262	AS	22	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	76	Tinggi	28	Tinggi	11	Tinggi
263	N.W	23	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	67	Sedang	25	Tinggi	6	Sedang
264	DL	22	Laki-Laki	FIKES	1jt-2jt	71	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
265	Elok	21	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	74	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
266	R	22	Perempuan	FIKES	1jt-2jt	62	Sedang	24	Tinggi	12	Tinggi
267	Virs Annisa	19	Perempuan	FISIP	>2jt	70	Sedang	28	Tinggi	8	Sedang
268	Zulfa	20	Perempuan	FISIP	<1jt	68	Sedang	27	Tinggi	10	Tinggi
269	Dini K	21	Perempuan	FISIP	<1jt	57	Rendah	19	Sedang	6	Sedang
270	Syaifullah	19	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	64	Sedang	20	Sedang	7	Sedang
271	Rini Tri	19	Perempuan	FISIP	<1jt	73	Tinggi	28	Tinggi	3	Rendah
272	Siti Hani B	19	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	3	Rendah
273	Danis	20	Laki-Laki	FISIP	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
274	Mutiarasari	19	Perempuan	FISIP	>2jt	64	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
275	Renaldy	20	Laki-Laki	FISIP	>2jt	69	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
276	Anggra	19	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
277	Lutfi M	19	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	61	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
278	Shofi A	19	Perempuan	FISIP	<1jt	64	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
279	Reski T L	21	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	7	Sedang
280	Sandy Bakti	23	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah

281	Sofyan N	24	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	63	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
282	RBW	18	Laki-Laki	FISIP	>2jt	65	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
283	Munawaroh	18	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	60	Rendah	19	Tinggi	9	Tinggi
284	Falita	18	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	70	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
285	Adelia F	20	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
286	Rido A	18	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	70	Sedang	23	Tinggi	7	Sedang
287	Eva Kumala	18	Perempuan	FISIP	>2jt	59	Rendah	16	Sedang	7	Sedang
288	Rizal R K	18	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	59	Rendah	21	Tinggi	7	Sedang
289	Anggie	19	Perempuan	FPP	<1jt	73	Tinggi	25	Tinggi	7	Sedang
290	Yudi Arie	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	69	Sedang	25	Tinggi	10	Tinggi
291	Bahrul A	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	72	Sedang	27	Tinggi	8	Sedang
292	Kiky D	22	Laki-Laki	FPP	<1jt	61	Sedang	24	Tinggi	9	Tinggi
293	Ahmad rizal	21	Laki-Laki	FPP	<1jt	59	Rendah	21	Tinggi	7	Sedang
294	Davit K	21	Laki-Laki	FPP	<1jt	65	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
295	Amirul M	21	Laki-Laki	FPP	>2jt	63	Sedang	22	Sedang	5	Rendah
296	Anugrah I	20	Laki-Laki	FPP	<1jt	71	Sedang	25	Tinggi	7	Sedang
297	Moh. Showl	22	Laki-Laki	FPP	<1jt	73	Tinggi	27	Tinggi	5	Rendah
298	Meiya R	19	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	61	Sedang	24	Tinggi	8	Sedang
299	Mega Dwi J	22	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	73	Tinggi	27	Tinggi	8	Sedang
300	Ananda Fitri	19	Perempuan	FISIP	1jt-2jt	67	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
301	Rusmiyanti	18	Perempuan	FISIP	<1jt	71	Sedang	27	Tinggi	10	Tinggi
302	Septilye	19	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	72	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
303	Sekar	22	Perempuan	FH	>2jt	65	Sedang	21	Tinggi	9	Tinggi
304	Y.I	21	Laki-Laki	F.Psi	1jt-2jt	63	Sedang	21	Tinggi	9	Tinggi

305	yung H	22	Laki-Laki	F.Psi	<1jt	69	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
306	Tt	22	Laki-Laki	F.Psi	1jt-2jt	52	Rendah	26	Tinggi	10	Tinggi
307	HM	22	Perempuan	FPP	<1jt	73	Tinggi	27	Tinggi	6	Sedang
308	Olga	19	Perempuan	FPP	1jt-2jt	52	Rendah	22	Tinggi	6	Sedang
309	Atika Rizki	18	Perempuan	FPP	1jt-2jt	73	Tinggi	25	Tinggi	7	Sedang
310	Budi	18	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	57	Rendah	23	Tinggi	11	Tinggi
311	Amaliatus S	21	Perempuan	FAI	<1jt	57	Rendah	20	Sedang	7	Sedang
312	Rahma Pika	23	Perempuan	FAI	<1jt	72	Sedang	28	Tinggi	6	Sedang
313	An	23	Perempuan	FAI	1jt-2jt	70	Sedang	28	Tinggi	4	Rendah
314	GG	21	Laki-Laki	FAI	1jt-2jt	63	Sedang	24	Tinggi	7	Sedang
315	K	21	Perempuan	FAI	1jt-2jt	71	Sedang	25	Tinggi	8	Sedang
316	Irwan J	22	Laki-Laki	FAI	1jt-2jt	67	Sedang	23	Tinggi	7	Sedang
317	M. Anang K	24	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	5	Rendah
318	JL	22	Perempuan	FPP	1jt-2jt	59	Rendah	23	Tinggi	9	Tinggi
319	Kurnia B	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
320	Nn	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	65	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
321	Risma P	21	Perempuan	FPP	1jt-2jt	70	Sedang	22	Sedang	4	Rendah
322	JLL	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
323	Rahmawan	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
324	Ayu Sekar	21	Perempuan	FISIP	<1jt	62	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
325	Wiwid Teguh K	21	Laki-Laki	FISIP	1jt-2jt	69	Sedang	27	Tinggi	9	Tinggi
326	Sandi P	22	Laki-Laki	FISIP	<1jt	76	Tinggi	26	Tinggi	8	Sedang
327	JJ	22	Laki-Laki	FISIP	<1jt	57	Rendah	24	Tinggi	8	Sedang

328	K	22	Perempuan	F.Psi	>2jt	68	Sedang	27	Tinggi	11	Tinggi
329	Budi G	23	Laki-Laki	F.Psi	1jt-2jt	65	Sedang	28	Tinggi	7	Sedang
330	Hh	21	Laki-Laki	F.Psi	1jt-2jt	66	Sedang	15	Sedang	8	Sedang
331	Indah Pe	21	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	70	Sedang	23	Tinggi	5	Rendah
332	Galuh	19	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	64	Sedang	23	Tinggi	8	Sedang
333	Hendrawan	20	Laki-Laki	FH	1jt-2jt	62	Sedang	22	Tinggi	6	Sedang
334	Nabila H	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	62	Sedang	22	Tinggi	6	Sedang
335	Linda S	20	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	72	Sedang	24	Tinggi	6	Sedang
336	Khusnul	19	Perempuan	FPP	<1jt	70	Sedang	23	Tinggi	5	Rendah
337	Iin Kusuma	18	Perempuan	FPP	<1jt	66	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
338	Emilio N	18	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	5	Rendah
339	Widya K	22	Perempuan	FPP	1jt-2jt	59	Rendah	23	Tinggi	9	Tinggi
340	D	21	Perempuan	FPP	1jt-2jt	69	Sedang	26	Tinggi	8	Sedang
341	Teguh W	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	65	Sedang	26	Tinggi	6	Sedang
342	M. Noval	21	Perempuan	FPP	1jt-2jt	70	Sedang	22	Sedang	4	Rendah
343	VB	22	Perempuan	FPP	1jt-2jt	75	Tinggi	28	Tinggi	6	Sedang
344	Iin Dwi B	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	68	Sedang	27	Tinggi	7	Sedang
345	Kk	21	Laki-Laki	FPP	1jt-2jt	68	Sedang	26	Tinggi	9	Tinggi
346	Reni Fitri K	23	Perempuan	FPP	1jt-2jt	74	Tinggi	28	Tinggi	8	Sedang
347	T. D	23	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	63	Sedang	27	Tinggi	8	Sedang
348	R. M	22	Perempuan	F.Psi	<1jt	70	Sedang	23	Tinggi	6	Sedang
349	Tyas	24	Perempuan	F.Psi	1jt-2jt	67	Sedang	22	Tinggi	8	Sedang
350	Diannisa	24	Laki-Laki	F.Psi	1jt-2jt	60	Rendah	25	Tinggi	7	Sedang

Subjek	INTENSI MEMBELI MAKANAN HALAL																			ORIENTASI RELIGIUSITAS									
	ITEM																			ITEM									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4	4	2	4
2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	1	3	4
5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	4	2	1	3
6	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4
9	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	2	3
10	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
12	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4
13	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
14	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3
15	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	1	4
17	4	1	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2
18	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4
19	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	1	4

21	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4
22	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4
23	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	2	4
24	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	2	4	3	3	4	2	2	3
25	4	1	4	4	4	1	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
26	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4
27	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	1	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	2	3
28	4	1	4	4	4	1	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
30	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	4
31	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
32	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	4
33	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	4
34	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	3
35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	1	3	4
37	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4
38	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
39	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	3	3
40	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	4	4	2	2	4
41	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
42	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	1	3
43	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	3	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	2	4

45	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4
46	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
47	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4
48	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3
49	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	1	4
50	4	4	4	4	1	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	3
51	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3
53	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3
54	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
55	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	3	2	4	4
56	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	1	4	4
57	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
58	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4
60	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	2	2	4
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
63	3	2	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	2	4
64	4	2	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	2	3
65	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	1	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	1	2	4
66	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	2	4
68	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	3	3	4	3	3	3

69	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	
70	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	
71	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3
72	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	1	2	3
73	4	2	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	1	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	1	3	3
74	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	3	3	3	3	4
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
76	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	2	4
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4
79	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4
80	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	1	4
81	4	4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	3	4	1	1	4
82	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	2	3
83	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	2	3
84	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3
85	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3
86	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	4
87	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	1	3	4
88	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	1	3
89	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	1	3	3	4	4	1	2	4
90	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	4
91	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	1	2	3	2	3	2	3	4
92	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	4

93	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4
94	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	2	1	4
95	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
97	4	3	4	4	2	2	4	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	4	3	3	3	2	3	4
98	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4
99	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3
100	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	1	2	4
101	4	2	4	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4
102	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
103	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3
104	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3	4
105	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	1	3	4	3	3	1	3	4
106	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	3	3
107	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	4
108	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
109	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	2	4	4	3	4	2	2	4
110	4	3	4	3	4	2	2	2	4	2	3	4	2	4	4	4	2	4	4	3	4	2	4	4	3	4	1	2	4
111	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	2	4
112	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4
113	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4
114	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	4	2	3	3
115	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2	4
116	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	3

117	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
119	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3
120	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3
121	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	2	4
122	4	4	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4
123	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	1	3	4	3	4	1	3	4
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	`	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4
125	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3
126	4	2	4	3	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
127	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	2	2	3	4	4	2	4	1	4	1	3	4	4	4	3	3	2	4
128	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	1	2	4
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	4
130	4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2
131	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3
132	4	2	4	4	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	2	2	3
133	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	2	4	3	4	3	2	4
134	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	1	3	3
135	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	1	4	3	2	3	4	3	2	2	3	2	2	3
136	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
137	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3
138	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	3
139	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	2	2	3
140	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	3	4	2	3	4

141	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	
142	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3
143	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	3
144	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	4	2	3	4
145	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	2	4	4	1	3	3	4	4	2	2	3
146	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
147	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	3	4	3	4	3	1	3	3	3	4	1	2	3
148	4	2	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3
149	4	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	3
150	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	1	4	4	2	4	3	3	4	3	1	3
151	3	2	4	4	4	3	3	2	4	1	3	1	2	3	4	3	2	2	3	4	4	3	4	2	2	2	2	2	4
152	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3
153	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	4	2	3	4	2	4	4	4	4	3	3	3
154	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
155	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3
156	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	2	4	4	2	4	3	2	4
157	3	2	4	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4
158	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4
159	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	2	3	4
160	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4
161	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	2	3	4
162	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
163	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4
164	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

165	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3
166	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4
168	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	1	2	3	3	4	2	3	4
169	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	3	1	2	3
170	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	3	2	2	4
171	4	3	3	4	4	4	4	3	1	3	3	3	2	4	1	4	1	4	1	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4
172	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4
173	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
174	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
175	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
176	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4
177	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	1	2	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	4	3	2	4
178	4	4	3	3	2	4	3	4	1	2	1	4	2	4	1	4	1	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	4
179	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
181	4	2	4	3	4	4	3	2	3	4	4	1	1	4	2	3	2	1	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4
182	4	3	3	4	4	3	3	4	2	1	1	1	4	1	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
183	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4
184	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4
185	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3
186	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3
187	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4
188	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

189	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	
190	3	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	
191	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4
192	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	4	4	2	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4
193	4	1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	3	4	
194	3	4	3	3	1	4	1	1	4	3	2	3	4	1	1	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1
195	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4
196	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
197	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	2	2	3
198	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	2	2	3
199	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4
200	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
201	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4
202	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2
203	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	4	1	2	3
204	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3
205	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3
206	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	1	3
207	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
208	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	1	3	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	4
209	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	1	3	4
210	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2
211	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	3	3
212	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	1	4	3	4	4	1	4	4	3	4	1	4	4

213	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	2	2	3		
214	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	
215	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	1	4	
216	4	3	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	
217	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	1	2	
218	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	2	2	4	
219	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	3	
220	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
221	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	
222	4	3	4	4	4	4	3	3	1	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	1	3	4	
223	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	1	3	4	3	3	1	2	3	
224	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	3	4	
225	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	
226	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	
227	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	
228	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	
229	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	
230	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	1	3	4	
231	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	
232	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	1	3	3
233	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	
234	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	3	4	
235	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	1	4	
236	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	

237	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	4	2	2	3
238	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3
239	3	3	4	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	1	3
240	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4
241	4	4	3	1	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3
242	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3
243	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3
244	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	4
245	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4
246	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	2	4	3	2	3
247	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3
248	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
249	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	2	2	4
250	4	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	2	2	3
251	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	1	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4
252	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	4
253	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	3	3	1	3	3
254	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3
255	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4
256	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
257	4	3	3	3	4	3	4	4	4	2	4	3	1	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3
258	4	3	4	3	3	4	4	2	3	2	3	4	2	4	4	4	4	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3
259	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3
260	4	4	3	4	1	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3

261	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	1	3	4
262	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
263	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	1	2	3
264	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	2	4
265	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4
266	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3
267	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4
268	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4
269	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3
270	3	3	3	4	4	2	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
271	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	4
272	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	4
273	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	2	4
274	4	3	4	1	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4
275	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	1	3
276	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	2	2	4
277	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	2	3
278	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3
279	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	2	4
280	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
281	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3
282	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	2	3	4
283	4	1	4	3	2	4	3	3	3	4	2	2	4	2	4	4	4	4	3	2	3	2	3	4	2	3	3	4	2
284	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	2	3	4

285	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	3	4	
286	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	4	
287	4	3	4	4	4	4	3	4	4	1	1	1	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	1	2	3	1	3	4	
288	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	
289	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	1	3	4	
290	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	
291	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	
292	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
293	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	2	3	
294	3	3	3	4	4	3	1	2	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3	
295	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	2	3
296	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	1	4	1
297	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	4	
298	3	3	3	4	4	2	3	2	3	1	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3
299	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	
300	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	
301	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	
302	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	
303	4	4	4	1	4	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	1	2	4	3	
304	4	4	4	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	
305	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	2	2	4	
306	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	
307	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	1	3	4	
308	3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	3	2	3	3	

309	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	1	3	4	
310	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	
311	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	
312	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	
313	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	1	2	4
314	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3	
315	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	2	4	
316	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	2	2	4	2	4	3	2	3	
317	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	3	
318	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	
319	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	
320	4	3	4	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	1	3	4	
321	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	1	3	4	3	3	1	2	3	
322	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	3	4	
323	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	
324	4	4	4	4	1	3	4	3	1	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	2	3	
325	4	1	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	
326	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	3	3	
327	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	3	
328	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	
329	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	
330	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	2	3	3	2	3	1	2	3	2	2	
331	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	2	4	1	2	3	
332	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	

333	4	2	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3
334	4	2	3	4	4	2	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	1	3	3
335	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	1	3
336	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	1	1	2
337	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	2	2	4
338	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	2	3
339	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
340	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4
341	4	3	4	4	4	4	3	3	1	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	1	3	4
342	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	3	3	3	1	3	4	3	3	1	2	3
343	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	3	4
344	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3
345	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4
346	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4
347	4	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	3	2	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3
348	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3
349	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3
350	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	4	2	3	3	3	4	2	3	4